Los líderes humanistas necesitan valores, no fronteras

Dos conceptos fundamentales deben sustentar el liderazgo humanista en la era de la globalización: el cosmopolitismo y la capacidad de hallar valores compartidos. Con un diálogo adecuado, los líderes mundiales y los grupos de interés locales tienen mucho que aprender los unos de los otros.

15 de octubre de 2014

El humanismo reconoce la esencia común y el valor de todos los seres humanos. La gestión humanista, por lo tanto, se centra en las personas y trabaja para proteger su dignidad. A medida que se acentúa la globalización, los líderes deben convertirse en "ciudadanos del mundo", comprometidos tanto con los problemas globales como locales.

Carlos Rodríguez-Lluesma, Anabella Dávila y **Marta Elvira** han escrito un capítulo sobre el liderazgo humanista en el libro *Humanistic Perspectives on International Business and Management*. En él, reflexionan sobre cómo los directivos y los diferentes grupos de interés (*stakeholders*) pueden aprender los unos de los otros y así fortalecerse mutuamente.

Los autores plantean que la **generalización de valores**, el proceso de redefinición de valores a un elevado nivel de abstracción, es una herramienta útil para que los líderes globales se comprometan con los grupos de interés locales. Otro concepto clave es el **cosmopolitismo**, entendido como la apertura al mundo y a los demás.

Con estas dos herramientas, las colaboraciones internacionales pueden convertirse en una gran oportunidad para el descubrimiento y la transformación positiva.

¿Por qué un liderazgo humanista?

©IESE Business School

El liderazgo humanista se distingue por tratar a las personas como un fin y no como un medio. Por tanto, si los líderes humanistas se ven a sí mismos como ciudadanos del mundo vinculados a los diferentes grupos de interés de la empresa por el imperativo moral del respeto mutuo, serán capaces de negociar con ellos sin tratarlos como una mercancía.

En lugar de ver sus intereses como divergentes, este tipo de líderes no negocian para maximizar los resultados financieros, sino para **alcanzar un bien común** que beneficie a todas las partes.

El nexo entre lo global y lo local

En el actual contexto de globalización, la relación entre lo local y lo global no es sencilla, lo cual tiene implicaciones en los procesos de gestión.

El cosmopolitismo implica un **diálogo entre culturas** que cuestiona "verdades" económicas y culturales que se dan por sentadas, y exige la apertura hacia "el otro". En él, prima el pensamiento crítico y el debate por encima de un modelo de sociedad basado en un conjunto de normas universales.

Pero, ¿qué significa abrirse hacia el otro? ¿Cómo se gestionan las diferencias entre culturas y normas? Aquí es donde entra en juego la generalización de valores.

Un ejemplo útil de este concepto es la **Declaración de los Derechos Humanos de Naciones Unidas** de 1948. Sus autores entablaron un diálogo sobre sus respectivas tradiciones, buscando un conjunto de valores con los que todos pudieran sentirse identificados. El ejercicio fue un éxito. De hecho, a uno de los redactores, el abogado francés René Cassin, esa declaración le valió el Nobel.

El objetivo del cosmopolitismo bien entendido es comprender las características comunes sin negar experiencias culturales o tradiciones específicas. "Necesitamos raíces, pero no fronteras", resumen los autores con una cita del director de cine mexicano Guillermo del Toro.

Puente entre culturas

Los líderes humanistas actúan como puente entre culturas sin ignorar sus diferencias. Además, según los autores, el diálogo abierto con los grupos de interés locales genera un aprendizaje mutuo.

©IESE Business School

Los directivos que aspiren a ser ciudadanos globales deberían practicar mentalmente su respuesta a situaciones en las que sus valores, posición cultural o identidad se vean cuestionados.

Por medio de este tipo de ensayos, pero sobre todo de conversaciones reales, los líderes pueden decidir qué valores han de primar. Se trata de un proceso transformador en el que pueden redefinir qué es verdaderamente importante en el liderazgo y en el mundo empresarial.

"Proponemos el humanismo en el liderazgo como una lente didáctica que permite que los líderes globales y los grupos de interés locales se desarrollen a través de la comprensión de los valores mutuos", concluyen los autores.

www.iese.edu/es/insight

©IESE Business School