Los límites éticos del 'networking'

13 de enero de 2011

Cómo llevar a cabo un *networking* moralmente responsable mientras tejemos una red de relaciones y estructuras cada vez más compleja.

¿Quién no ha buscado algún contacto para favorecer su carrera o ha entregado tarjetas de visita en fiestas? ¿Existe una dimensión ética en estos comportamientos? En *The Practice of Networking: An Ethical Approach* publicado en el *Journal of Business Ethics*, el profesor del IESE Domènec Melé afirma que el *networking* empresarial puede ser virtuoso, pero solo bajo ciertas condiciones.

El autor pasa revista a las teorías existentes sobre el *networking*, un término que hace referencia a las estructuras sociales compuestas por nodos o actores, que pueden ser tanto individuos como organizaciones, y díadas, que son el vínculo entre ellos. Un aspecto que resulta esencial en los negocios, ya que la coordinación de la vida económica y social no solo depende de los mercados y las jerarquías, sino también de los lazos interpersonales. Desde el estatus relativo de los actores hasta la fuerza del vínculo existente entre los miembros de la red conforman la naturaleza de estas relaciones.

Los actores pueden usar estos atributos de forma responsable, pero también pueden aprovecharse de ellos, como cuando los actores con un estatus superior abusan de su posición y poder.

La manera correcta de utilizar los contactos

El uso de las relaciones por parte de los actores depende en gran medida del tipo de *networking* que practican. Aristóteles describió tres tipos de relaciones: por utilidad, por

©IESE Business School

placer y por auténtica amistad. Partiendo de este planteamiento podemos determinar tres tipos de motivaciones que sustentan el *networking* empresarial: motivaciones utilitarias, para obtener beneficios, como dinero o poder; motivaciones emocionales, para disfrutar de las interacciones, y motivaciones virtuosas, para cubrir las necesidades de otras personas por una causa noble.

El último tipo de *networking* es el único plenamente ético, pero este tipo de motivación moral puede ser compatible con los otros dos tipos, siempre que los actores con intenciones utilitarias o emocionales sean capaces de dar lo mismo o incluso más de lo que reciben a cambio.

No se puede determinar con precisión lo que convierte el *networking* en virtuoso, pero el profesor Melé detalla algunos elementos esenciales:

- **Actuar con buena fe.** Las intenciones deben ser sinceras. Es aceptable que los actores se unan a una red para lograr beneficios empresariales, pero siempre que sean justos con todos. Además, la red en sí debe tener unos objetivos honestos y sus actividades deben ser éticas.
- **Compartir de forma equitativa.** Los actores tienen que compartir información, conocimientos o recursos, pero también beneficiarse de los que los demás aportan.
- **Usar el poder correctamente.** Siempre habrá algunos actores más poderosos que otros, pero solamente deberían utilizar este poder para beneficiar la red.

Cuando se cruzan los límites

El autor describe algunas conductas inapropiadas que se dan con frecuencia y que incluyen:

- **Actuar con mala fe.** A veces hay gente que se une a una red con la única intención de aprovecharse de los demás o de engañarles. Estos motivos son el círculo vicioso que puede comportar un abuso de confianza similar al de Bernie Madoff, que fue condenado a 150 años de prisión por su gran estafa piramidal.
- **Hacer un mal uso del poder.** Los actores más poderosos de una red pueden sacar partido de su posición de forma que otros salgan perjudicados. Por ejemplo, Facebook recibió duras críticas por su polémico sistema de publicidad Beacon, que hace un seguimiento de las actividades de los usuarios en Internet (incluso después de cerrar su sesión) y envía a los servidores de Facebook datos relacionados con la

©IESE Business School

compra de productos, el registro de servicios y artículos incluidos en su lista de deseos de otros sitios web.

- **Nepotismo.** Domènec Melé recurre al ejemplo de la administración presidencial de Harry S. Truman en Estados Unidos para mostrar cómo un actor puede abusar de su poder para favorecer a ciertos individuos a expensas de otros que están fuera de la red.

Segun el autor, un enfoque virtuoso del *networking* resulta fundamental para generar confianza, un principio básico de toda relación empresarial armoniosa.

Esta confianza hace posible que los actores adquieran conocimientos, información y habilidades de los demás. Esto pone a prueba la fiabilidad de un actor y permite forjar una buena reputación, lo que a su vez se traduce en relaciones empresariales sostenibles que resisten el paso del tiempo. Por tanto, un enfoque ético del *networking* ofrece muy buenos resultados.

www.iese.edu/es/insight

©IESE Business School