

El Liderazgo Ético a la Vanguardia de las Transformaciones Empresariales

(Ethical Leadership Vanguard Business Transformations)

Ochoa Aguirre, Martha Lenys*

Resumen. Este documento reconoce el sentido del liderazgo ético en las transformaciones empresariales actuales, siendo el gerente forjador de cambios trascendentales, donde el direccionamiento integral es su mayor finalidad, para lo cual, pone en práctica una cultura organizacional, donde prevalece el sentido de la visión sistemática de la ética, como lo deja entrever el Modelo Spenta, cuyo eje central es el fortalecimiento de los valores éticos y la consolidación del arte de negociar, todo ello en una filosofía de buena mente y buen pensamiento, de compromiso administrativo, rectitud, movilidad virtual y responsabilidad social.

Palabras claves. Liderazgo ético, transformaciones empresariales, jerarquización de valores, el arte de negociar, líder gerencial, tendencias sociales, rectitud, buena mente y buen pensamiento, interconexión, globalización, movilidad virtual, responsabilidad social.

Abstract. This document recognizes the sense of ethical leadership in today's business transformation, with the momentous changes smith manager, where addressing is the most comprehensive purpose for which it puts into practice an organizational culture where the prevailing sense of vision systematically of ethics, as the model suggests Spenta, whose centerpiece is the strengthening of ethical values and consolidation of the art of negotiation, all in a philosophy of good mind and good thinking, administrative commitment, honesty, virtual mobility and social responsibility.

Keywords. Ethical Leadership, Business Transformation, hierarchy of values, the art of negotiation, a leading management, social trends, righteousness, good mind and good thinking, networking, globalization, virtual mobility, social responsibility.

Introducción

El presente escrito es una invitación a reflexionar acerca del rol del administrador en los tiempos actuales, ya que, quienes dirigen los destinos de una empresa, se ven abocados a emprender dicha misión, de manera tradicional, distante, meticulosa y sin sentido de la humanización, pues su labor ha sido hasta la fecha, de jefe, más que de líder, por lo tanto, estigmatizan lo emocional, afectivo, los valores, la moral y lo ética, ya que, se han forjado en una cultura organizacional de direccionamiento vertical, que no les permite replantear sus principios gerenciales, perdiendo el horizonte de su gestión empresarial.

Discusión

De tal manera, no se concibe en la actualidad, direccionar una empresa, organización o entidad, sin visualizar la dicotomía entre lo productivo- social; lo tecnológico- ético:

- ✓ Productividad = sinónimo de gerencia empresarial
- ✓ Sociedad= interacción social;
- ✓ Tecnológico= Utilización adecuada y responsable de los medios de la informática;
- ✓ Moral= Ejercicio de la ética

Interrelacionando estos elementos, se comprende que el liderazgo ético y el empleo humanizado de la informática, encauzados en el contexto administrativo, permiten el crecimiento gerencial y el favorecimiento de las prácticas sociales, siendo esto, la esencia de las tendencias empresariales actuales.

De acuerdo a lo expuesto, la relación entre líder gerencial y ser social, permite la interacción, proyección y desarrollo del ser como dirigente y como ser humano, en contextos de crecimiento profesional, virtual, social y personal, donde prevalece la innovación, el empoderamiento, el respeto, la responsabilidad, la eficacia, la eficiencia, la calidad, la pulcritud, la comunicación, la verdad, el entusiasmo, la motivación, la rectitud, la serenidad, la justicia social y en fin, todas aquellas acciones dinámicas y creativas, que hacen crecer en la excelencia a una empresa, y a una sociedad.

La proyección futurista, en el área de la gerencia, tiene que ver con un trabajo mancomunado entre lo empresarial, lo tecnológico, lo ecológico, lo social y lo ético, pues de esta forma, se humaniza, socializa, “ambientaliza” y armoniza las actuales tendencias de las ciencias gerenciales, por lo cual, se requiere, direccionar y fortalecer el pensamiento gerencial hacia y para la práctica de la sana competitividad y búsqueda del bienestar social.

De acuerdo a la propuesta de Albach y Bloch (2000), se hace necesario retomar tendencias sociales, interrelacionadas con el verdadero sentido de empresa, como se expone a continuación:

- “(1) La globalización de la economía;
- (2) La intensificación de competencia internacional;
- (3) La penetrante de influencia de la economía social de mercado (p.ej.: la economía mixta, empuje del mercado, pero con un papel gubernamental bastante sustancial);
- (4) La participación creciente de las mujeres en la fuerza de trabajo;
- (5) La conciencia ecológica”

Es indispensable, asociar las tendencias y principios de la administración y la gerencia, relacionadas con el ejercicio del liderazgo empresarial que conduce a la práctica y fortalecimiento de valores tecnológicos, morales, sociales, culturales, económicos, políticos e ideológicos propios de una sociedad o un grupo social y que redundan en la construcción de una empresa futurista y visionaria.

No cabe duda, en la actualidad, no se puede gerenciar desde un escritorio, al contrario, ha de pensarse en una empresa de puertas abiertas al cambio, a la transformación, a la innovación, a la creatividad, al intercambio comercial y de saberes, a la diversidad y a la interconexión; por lo cual, es la empresa quien debe acercarse al cliente y no el cliente trasladarse a la empresa; esta forma de pensar la empresa, contribuye a la expansión de sus bienes y/o servicios, ampliando el horizonte hacia la globalización, la competencia responsable con el entorno, la humanización de las relaciones gerenciales, el fortalecimiento de los círculos de crecimiento colaborativo y/o las alianzas estratégicas.

Otro aspecto interesante para tener en cuenta es el papel que juega la incorporación de la mujer al mercado laboral, ya que esta nueva concepción de empresa, tiene como misión culturizar la incorporación de la mujer al mercado laboral (participación de labour-fuerza creciente de mujeres, término también presentado por Albach y Bloch (2000) en el artículo “La Gerencia como Ciencia: Tendencias Recientes en la Teoría Económica y Gerencial”, pues ella es pieza clave, en el actuar, en el sentir y en el decidir, administrativo, aspectos trascendentales en la idea que se tiene hoy de mercado y competencia global.

También, se requiere una empresa, de expansión hacia una economía social, que traspase las barreras del individualismo y del deseo permanente de acumular ganancias sin pensar en “si entonces”, se mejoran las condiciones empresariales, se favorecerá la inversión social y mejorara la calidad de vida de las sociedades.

Incluso, lo primordial, de una empresa pensada para el presente milenio, es el respeto a la biodiversidad ambiental, creando conciencia en cada uno de los estamentos que la integran, llegando hasta el mismo cliente, pues éstos, no se deben convertir en agentes pasivos de la autodestrucción del planeta y del desangre ambiental, casi siempre por la irresponsabilidad social de las mismas empresas. Todo este conjunto de compromisos que tiene la empresa de hoy, para sí misma, para los demás y para la preservación y protección de los ámbitos ecológicos, hace que el reto sea mayor con respecto a años anteriores, pues se está en deterioro o detrimento acelerado del planeta tierra, y si no se para este caos de autodestrucción ecológica, se está expuesto a la destrucción total del ecosistema.

Empresa hoy, debe ser la conjugación acertada y dinámica de producción, equidad, globalización, responsabilidad social, altruismo, satisfacción personal, compromiso global, empatía, participación igualitaria de géneros, ampliación del mercado y competencia internacional, conciencia ecológica, fortalecimiento de la economía social de mercado, todo esto conlleva a poner en práctica estrategias sustentables y sostenibles de economía y mercadeo global, a lo que apunta las nuevas tendencias sociales culturales, económicas, políticas, tecnológicas y educativas de un desarrollo sostenible, desarrollo perdurable y desarrollo sustentable que se vislumbran en la actualidad.

El rol que juega el liderazgo, dentro de las nuevas tendencias de las ciencias gerenciales, entre ellas las tendencias sociales, apunta al fortalecimiento del bien común, es decir, la puesta en marcha de esta actitud de buena mente y pensamiento (Mehr 1991 en Abreu 2009), comprometida, innovadora, respetuosa, acertada, verdadera, responsable, justa y honesta, conlleva a la conducción exitosa de los destinos de una corporación, entidad o empresa.

Igualmente, el concepto de liderazgo, se encuentra inmerso en un contexto fortalecido por el trabajo en equipo, la responsabilidad social, la equidad, la justicia social, el empoderamiento, la conciencia ecológica, la movilidad virtual, y en fin, en la promoción total de los valores; de tal manera, a partir de la práctica de valores morales y de interacciones colectivas, el líder gerencial, consolida las habilidades que lo hacen el eje primordial dentro de una empresa.

El liderazgo ético, es un campo de acción, que está al alcance del empresario o gerente exitoso, donde éxito, se relaciona con mayor compromiso, respeto a la diferencia,

competencia leal en la aplicación de estrategias de mercadeo, clima y cultura organizacional basados en la rectitud y la responsabilidad social, todo estos principios hacen parte fundamental de las nuevas tendencias de las ciencias gerenciales.

Asimismo, otra cuestión de relevancia en el quehacer empresarial, se encuentra en la rectitud, vista como una virtud de las mejores expresiones de moralidad, de integridad del ser humano, quien vive en la ecuanimidad, en la justicia, la imparcialidad, la equidad, la honestidad y la honradez, hará siempre parte activa de un mundo, donde prevalecerá el respeto, el progreso ético y la sabiduría social. A su vez, el liderazgo es una actitud, una forma de vida, un estilo de hacer camino hacia la justicia, el compromiso y la responsabilidad social. Entonces, estrechando estas dos cualidades del ser humano: Rectitud y Liderazgo, se logra llegar a la cima de la excelencia y se favorece la calidad.

La relación entre rectitud y liderazgo, es multidireccional, ya que la rectitud en una persona, está representada en la “buena mente y buen pensamiento” (Jafarey 1989 en Abreu 2009) que posee, mientras que llevar el liderazgo en una empresa, es un reto que se ve reflejado en las actitudes, compromisos, decisiones, direccionamiento, gestión y veracidad en las acciones del gerente o administrador; no se puede llamar líder, aquel dirigente empresarial, que es Incorrecto en sus decisiones y en su actuar, por eso rectitud = Liderazgo y liderazgo = rectitud, va en ambas direcciones, hacia el fortalecimiento de los principios morales universales.

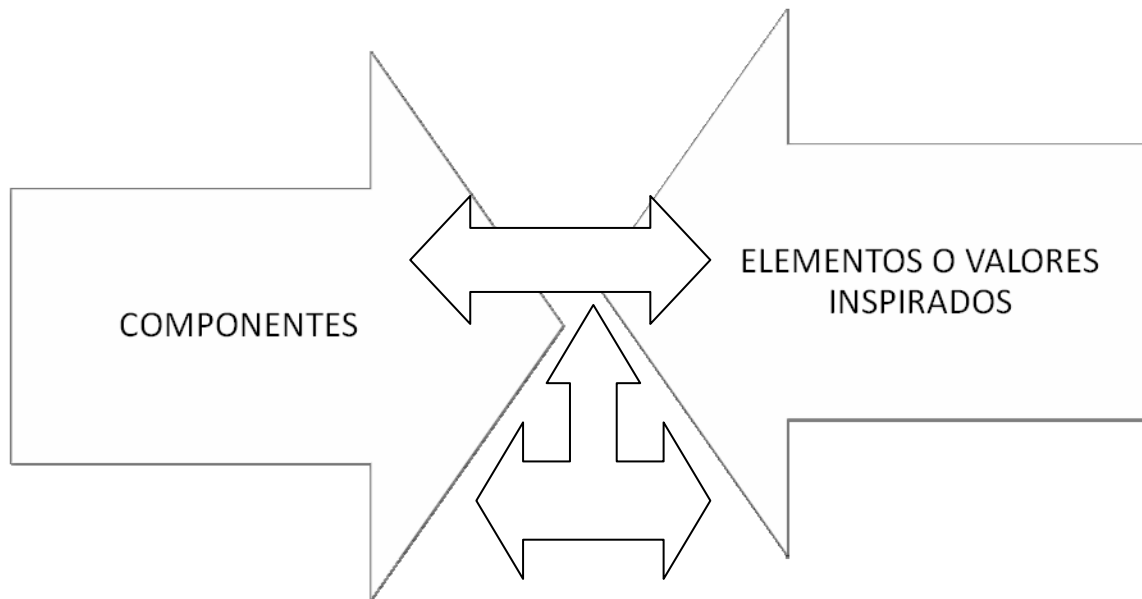
Por tal motivo, es valioso, para este trabajo, esquematizar la teoría de la rectitud, como una interconexión e integralidad entre componentes de la rectitud y elementos o valores inspirados por la rectitud.

El gráfico 1, guarda estrecha relación con la consolidación de los componentes, los elementos o valores de la rectitud, encaminados hacia el fortalecimiento del líder ético, siendo la rectitud sólida expresión de los principios morales universales.

Es imprescindible, igualmente, tratar el tema de la confianza, pues dentro de un proceso gerencial, es de vital importancia, ya que este principio, es el respaldo emocional, espiritual, social, y cultural que se tiene para llegar a feliz término en cualquier tipo de transacción, ya sea comercial, judicial, legal, educativa, social, religiosa, entre otras. La confianza, es el motor de toda acción o actividad humana entre dos o más personas, pues sin que exista una verdadera capacidad de creer en el otro, no es posible ninguna interacción social o gerencial.

Cuando se tiene confianza en algo o en alguien, la seguridad de que los resultados sean óptimos serán los mejores. Además, la confianza, es un valor que existe en los diferentes momentos de la vida de una persona y en el proceso de negociación, la cual, se cultiva con perseverancia, sensatez, respeto, responsabilidad, rectitud, compromiso y cumplimiento.

Grafico 1. Interconexión e Integralidad entre Componentes de la Rectitud y Elementos o Valores Inspirados por la Rectitud



HONESTIDAD
PUNTUALIDAD
RESPECTO
VERDAD
ORDEN
JUSTICIA
SERENIDAD
CONFIANZA
COMPRESION
TOLERANCIA
COMPROMISO
SINCERIDAD

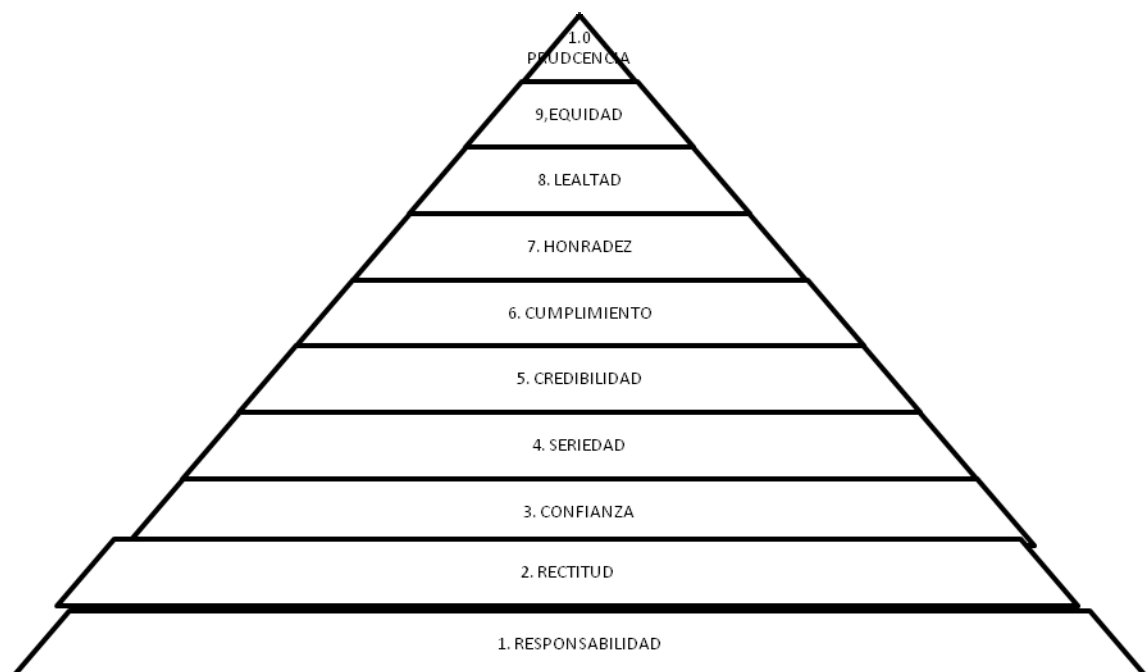
Fuente: Propia

Así como, la confianza se gana, también se puede llegar a perder en un momento determinado y es tan difícil recuperarla o restablecerla dentro del marco de las negociaciones, pues ya las partes involucradas van a percibir un ambiente no muy adecuado y que en cualquier instante, el otro actuará de mala fe, violando las reglas del negocio, siendo desleal a los principios del trabajo en equipo y procurando su satisfacción personal, sin importarle los intereses y motivaciones del otro; por todo ello, es tan indispensable que la confianza se consolide desde los inicios de una negociación y se fortalezca paso a paso, con el buen proceder de los involucrados en el proceso. Sería entonces, la confianza el pilar de las buenas relaciones dentro de una negociación y el derrotero de próximas eventualidades empresariales.

Cuando se ejercita el rol de líder ético, desde la perspectiva de sí mismo y del otro, con la conjugación de valores como: honestidad; puntualidad, respeto, verdad, orden, justicia, serenidad, confianza, comprensión, puntualidad, tolerancia, compromiso y sinceridad entre otros, se busca la combinación casi que perfecta de las condiciones que harán de la gerencia y de nuestra vida personal ejemplo de rectitud, justicia social, responsabilidad social y “buena mente o pensamiento”, es decir, se pone al servicio propio, a beneficio del otro y del crecimiento empresarial, todas aquellas actitudes, características y valores que hacen integral al ser humano, para desenvolverse en un ambiente creado, primeramente, para su desarrollo personal, y luego, para su expansión social y profesional como gerente o administrador.

De todo lo mencionado hasta el momento, se desprende un aporte valioso y es el de considerar el arte de negociar, a partir de los principios éticos reflejados en el diario vivir. “El arte de negociar” (DIEZ, Francisco, El Arte De Negociar. Manual de Gerencia Política) es un proceso circular sucedido en el entorno de la negociación, donde se va cerrando o consolidando, a medida que interactúan o intervienen los diferentes actores de ese pacto. Recopilando los valores inspirados en la rectitud y los valores éticos universales más importantes, en los cuales, se debe basar cualquier tipo de negociación, se jerarquizan los valores (gráfico 2), así:

Grafico 2. Pirámide de Jerarquización de Valores en una Negociación.



Fuente: Propia.

Es así, como se comprende la realidad vivida al interior del proceso de la negociación, donde intervienen seres humanos, y que muchas veces, se olvida esto, y se deja a un lado, los valores, principios ético morales y las interrelaciones que pueden surgir al momento de llevar a cabo este tipo de proceso en el quehacer gerencial. Cabe aquí la posibilidad y la oportunidad de crear a partir de estos diez valores éticos asignados al arte de negociar, la conformación de un compendio de acciones a seguir en este tipo de actividad empresarial.

DECÁLOGO DE LA NEGOCIACIÓN

1. El éxito de una negociación se ve reflejada en el compromiso y responsabilidad demostrada por las partes, porque es el valor de mayor relevancia al iniciar una negociación y que se hace evidente durante todo el proceso (**Responsabilidad**).
2. Quien obra con justicia, integridad, imparcialidad, ecuanimidad, y equidad, está llamado a lograr el éxito en cualquier clase de negociación que se enfrente o en la cual participe (**Rectitud**).
3. Mutua confianza entre las partes es primordial, esto hace posible la seguridad en la negociación, favorece el ánimo interorganizacional y da respaldo ético-moral, al momento de tomar decisiones (**Confianza**).
4. En las etapas de toda negociación, se debe actuar con sentido del respeto, de la medida, de la discreción y de la formalidad para con la otra persona o las otras partes, pues esto hace que haya cumplimiento en el proceso (**Seriedad**).
5. Quien se hace creíble en un negocio, se hace fuerte, perdurable y respetable (**Credibilidad**).
6. Es imprescindible cumplir a cabalidad, cada una de las especificaciones que se requieran a la hora de iniciar, continuar y valorar una negociación, porque de esta manera, se da el mejor desempeño a la labor emprendida (**Cumplimiento**).
7. Quien actúa bajo los parámetros del respeto de los bienes ajenos y hacer de la legalidad, su carta de presentación, se encuentra en la cúspide de la consideración del otro y se mantendrá por mucho tiempo en los negocios (**Honradez**).
8. Con el ejercicio de la lealtad, se fortalece la negociación, pues quien actúa con honorabilidad, hace crecer rápidamente la empresa a la cual pertenece (**Lealtad**).
9. Actuar con equidad, es darle al otro lo que se merece en igualdad de condiciones, con ecuanimidad, imparcialidad, objetividad y moderación, lo cual hará crecer la negociación.
10. Es valioso, cuando las partes quienes participan en una negociación, lo hacen con cautela, sensatez y prudencia, pues esto contribuye a que se tomen las mejores decisiones en un momento determinado (**Lealtad**).

Fuente: Propia.

Conclusiones

En general, el tema de la ética es tan universal, que nos lleva a comprender, como sin moral o ética, no se puede conducir los destinos de un pueblo, un país o una sociedad; pero lo difícil es conjugarla en todas sus expresiones; y es quizás los administradores y gerentes, quienes tienen en sus empresas, la gran responsabilidad de encauzar con

libertad, responsabilidad, honestidad, compromiso, pulcritud cada una de las instancias que integra su diario vivir como profesionales y empresarios exitosos. Es importante resaltar, que el bienestar, logros, resultados y metas alcanzadas en una empresa, también se refleja en el compromiso personal, en la satisfacción del cliente y en la calidad del producto o servicio que se preste. Entonces, la ética es y seguirá siendo fiel expresión de satisfacciones personales y sociales.

Es interesante y muy acorde al nivel de vida actual, la posición que toma Spenta, con respecto a la visión sistemática de la ética, ya que no se vive en un mundo aislado, por el contrario un sistema lleva a la interconexión con otro, hasta formar una relación mutua y colaborativa; por lo tanto, el engranaje de la sociedad hoy en día, apunta a fortalecer los valores éticos, centrados en una filosofía de la sustentabilidad y el compromiso y/o responsabilidad social.

Después de este recorrido hacia transformaciones gerenciales, a partir de la vivencia del liderazgo ético, se permite aplicar a la realidad de empresa soñada del futuro, el Modelo Spenta, que se adapta adecuadamente al liderazgo gerencial, pues este determina, en sus parámetros sociológicos, que el actuar administrativo bajo los parámetros de rectitud, buena mente, sabiduría y serenidad, permite lograr el progreso y la excelencia a nivel personal y gerencial, haciendo de su empresa fiel expresión de una cultura organizacional exitosa.

Por lo tanto, es primordial, que el gerente de hoy, más que un jefe, se convierta en un líder con proyección humanista, ecológica, tecnológica y social, donde con sus acciones armonice cada uno de los estamentos que integran la empresa; además, con responsabilidad social, encaminada al cumplimiento de compromisos gerenciales, utilizando correcta, adecuada, seria y respetuosamente el liderazgo ético.

Referencias

- Abreu, José Luis. 2009. Los Siete Fuegos y Los Tres Pilares de la Ética Gerencial: El Modelo Zoroastriano para los Negocios Responsables. CreateSpace, USA. ISBN-13: 978-1449539566
- Albach, Horst & Bloch, Brian. (2000). "Management as a science: emerging trends in economic and managerial theory", Journal of Management History (Archive), Vol. 6 Iss: 3, pp.138 - 158
- Diez, Francisco. 2002. El Arte De Negociar. Manual de Gerencia Política.
- Fabelo, Corzo. Valores universales y problemas globales, Compilación Filosófica, 1994.
- Farhang Mehr, 1991. Citado en Abreu, José Luis. 2009. Los Siete Fuegos y Los Tres Pilares de la Ética Gerencial: El Modelo Zoroastriano para los Negocios Responsables. CreateSpace, USA. ISBN-13: 978-1449539566. Utilizado como material de clases.
- Hartmann, Nicolai .1969. Introducción a la Filosofía, México, UNA
- Jafarey, Ali. 1989. Citado en Abreu, José Luis. 2009. Los Siete Fuegos y Los Tres Pilares de la Ética Gerencial: El Modelo Zoroastriano para los Negocios Responsables. CreateSpace, USA. ISBN-13: 978-1449539566. Utilizado como material de clases.
- Miranda, Guillermo. 1991. Valores de la época histórico-cultural. El Magisterio. Argentina.

¿Qué son los valores?, Revista de la Prensa 2006. Bolivia.

Valenzuela, Gustavo. 2000. Ética. 4ta. Edición. McGraw-Hill, México.

Acerca de la Autora

Martha Lenys Ochoa Aguirre es estudiante del Programa Doctoral del Instituto de Estudios Superiores Spenta México y Docente de la Institución Educativa “Santa Rosa de Lima”, Sede “Hato Viejo”, Suárez-Tolima, Colombia.