

El afecto en la empresa



El afecto verdadero -no el puramente emocional y pasajero- es la piedra de toque fundamental para calibrar a las empresas y a quienes en ella trabajan. Sólo quien siente afecto verdadero quiere aprender; sólo él pone todo el esfuerzo; sólo él tiene un recto sentido de pertenencia. Las empresas que no son capaces de suscitar en alguna medida ese afecto, tienen una debilidad interior, generalmente tanto mayor cuando menos consciente es la cúpula directiva de esa falta y de la necesidad de solucionarla.

Nadie puede aprender si no le gusta aquello con lo que se enfrenta; nadie se esfuerza y sacrifica más que por lo que quiere de verdad; nadie considera como propio más que aquello que ama. **Ciertamente, una empresa no es la familia o la Iglesia, pero es menester recordar que el afecto verdadero se radica en lo más hondo del ser humano. Por tal razón, es la argamasa que une e impulsa a la empresa, ya que es el componente básico de toda vida personal y social.**

Aparejadamente, la empresa no puede respirar sin un entorno adecuado, y por ello éste debe también participar de un espíritu profundamente humano y societario. Dado que actualmente esto sucede así sólo en una pequeña medida, los hombres y mujeres de empresa han de sentir como responsabilidad moral, e incluso como requerimiento ineludible para el buen logro de sus fines, el contribuir al desarrollo del tono humano y el ambiente social.

Los esquemas mecánicos son sencillos. Un sistema económico-empresarial basado en meros contratos, en la búsqueda "neutra" del interés económico y con el apoyo de un Estado que se ocupe de los "problemas restantes", es fácil de pensar y cómodo de vivir... si funcionase bien. Adam Smith pensó que tal esquema era el más adecuado, puesto que desconfiaba de que la virtud pudiera realmente existir en este mundo y mucho menos estar extendida. Por ello, sustituyó el verdadero afecto (basado en la virtud) por el interés neutro (ni virtuoso ni vicioso). La gran expansión de la economía capitalista en los dos últimos siglos parecía haberle dado la razón. Es cada vez más patente, por el contrario, desde ya hace algunos años, que la fórmula no funciona del todo bien y, más todavía, que

el individualismo sobre el que se yergue está destruyendo el humus sobre el que cualquier economía se construye: la persona humana y la sociedad.

Los empresarios -los líderes sociales- que reclama el tiempo presente han de ser de nuevo cuño. Si no ha solido coincidir el carácter del empresario “rompedor” con el del culto humanista, ahora el momento histórico invita a otra cosa. **Se requieren empresarios -y altos directivos- eficaces y humanistas para llevar a cabo las transformaciones imprescindibles**; ya no basta con puros empresarios de éxito o elegantes empresarios mecenas. Se necesitan empresarios dinámicos y con conciencia de la enorme practicidad de la cultura real, vivida. Es la figura empresarial que hace falta encarnar y difundir.

Álvaro Pezoa Bissières. Director Centro Ética y Sostenibilidad Empresarial. ESE Business School

The post [El afecto en la empresa](#) appeared first on [El Líbero](#).

