



Análisis

CLAUDIO PIZARRO

Profesor adjunto, Ingeniería Industrial, Universidad de Chile
Managing Partner, CIS Consultores

ESTRATEGIA Y FILOSOFÍA POLÍTICA

Cuando se discute el rol de las empresas en el proceso constituyente, a lo que se suma el enfoque ESG (Environment, Social, Governance), cabe apelar a un cambio de paradigma en la dirección superior. Por muchas décadas, el valor económico y el valor público han transitado por caminos separados, sin embargo, durante el siglo XXI comienzan a tocarse, integrarse y, por qué no, a fusionarse. No es posible crear valor económico (lo que atañe al dueño) en forma sostenible en el tiempo sin valor público (lo que atañe a todos). Así, el pensamiento estratégico no puede estar dominado exclusivamente por enfoques económicos y competitivos. La complejidad del contexto que las empresas enfrentan es de tal magnitud que requerimos complementar este pensamiento con un enfoque de humanidades y ciencias sociales, específicamente, de filosofía política.

La razón estriba en que las empresas, también las instituciones y las ONG, se desenvuelven en contextos sometidos a cambios acelerados y disruptivos; pero también a una dimensión más compleja de ese cambio. Las organizaciones ya no interactúan con clientes o ciudadanos aislados, sino que CONECTADOS entre ellos, a través de las redes sociales (IG, FB, TW, YT, TT), dando lugar a comunidades amplias, cuyos integrantes no necesaria-

mente se conocen. Lo mismo ocurre con proveedores, trabajadores y vecinos, todos conectados (24x7).

Esto marca una diferencia de clase en la comprensión del problema estratégico. Ya no se trata de qué debemos hacer mejor, sino de qué manera distinta debemos hacerlo. Las organizaciones interactúan con comunidades, siendo clave entonces la filosofía política, ya que es necesario administrar la vida en común. Así las cosas, hoy aplica la célebre frase: "A cualquier parte que vayas, serás una polis".

De esta manera, contratar un gerente general, comprar o fusionar una empresa, innovar en desarrollo de nuevos productos exigen incorporar un enfoque de filosofía política. Ahora nos vemos cara a cara con comunidades conectadas que ejercen influencia y coordinan acciones que, además, instalan ideas fuerza que condicionan el proceso de toma de decisiones estratégicas.

Apelando a Arendt, las organizaciones ahora son un vecino que debe aportar a la vida en común. De lo contrario, quedan fuera de la vida pública y, por lo tanto, aisladas, comprometiendo así su propósito y la creación de valor económico para los dueños y para la sociedad. Se trata ahora, más bien siempre, de construir comunidad.