

REFLEXIONES SOBRE EMPRESA Y SOCIEDAD

¿Maximización del beneficio?



Pilar Almagro
Directora General Grupo VertiSub
www.vertisub.com

Cuando nos enfrentamos a la vida, nos enfrentamos a la escasez. Escasez de años, escasez de espacio; escasez de afectos, escasez de medios materiales, y en algunos casos, los peores, escasez de ilusiones.

Cuando nos centramos en un aspecto de la vida, como es la economía, la escasez es el hecho central, y gestionarla se convierte en el cometido principal. De este modo parece que la tarea racional por excelencia consistiría en la maximización del beneficio, y de hecho, así se enseña en los libros de economía clásica y en las escuelas de negocios. Pero ¿cómo entonces la tozuda realidad no responde a esta maximización del beneficio? Probablemente porque el ser humano no busca la maximización en sus aventuras empresariales —ni en las otras— sino meramente la satisfacción, y no porque seamos poco ambiciosos, sino porque el máximo beneficio, entendido desde un punto de vista racional, no es posible en el mundo real. Y esta imposibilidad se produce básicamente por tres motivos.

El primero es que intervienen demasiadas variables para poderlas procesar. El segundo porque el mundo real está en constante transformación, de manera que tanto las premisas como los objetivos que nos autoimponemos para cada acción, los hemos de revisar y modificar continuamente. Y en último lugar porque los seres humanos de carne y hueso no contamos con una racionalidad ideal, es decir, simple, sino con una racionalidad amplia teñida de emociones, afectos e imaginación, que a cambio de dotarnos para la creación, nos hace torpes para tareas dedicadas al mero cálculo racional, como es la maximización del beneficio, o para los trabajos monótonos o rutinarios.

Precisamente Unamuno interpellándose sobre si el hombre era más un animal racional que un animal afectivo o sentimental argumentaba —“más veces he visto razonar a un gato que no reír o llorar. Acaso lloré o ría por dentro, pero por dentro acaso también el cangrejo resuelve ecuaciones de segundo grado”. Y es que además, hay decisiones, tal vez las que verdaderamente importan en la vida, que se sustraen absolutamente a todo cálculo, que



Herbert Alexander Simon pensó en la estructura básica de la ciencia económica y en que la hipótesis básica de la economía neoclásica, la de que los agentes tienden a maximizar los resultados, no sucede en la práctica. Ningún ser humano está continuamente buscando soluciones de maximización de resultados. Aunque deseara hacerlo, el coste de informarse sobre todas las alternativas y la incertidumbre sobre el futuro lo harían impráctico y nuestro cerebro no desperdicia energía en ello. En 1978 le fue concedido el Premio Nobel de Economía, falleciendo en 2001.

en vez de buscar respuestas, las reconocen, como se reconoce el valor, por encima de todo valor, de un hijo, o como se reconoce, de entre todas, a la persona amada.

Empresa

Y sin embargo a las empresas se nos exige, o nos exigimos, como si de la cosa más normal se tratase, resultados máximos para el accionista, que además deben ser previsibles en el tiempo y perfectamente ajustados a entornos cambiantes. Estos fines que todo el mundo repite como si de un acto de fe se tratase, que nadie cree en su fuero interno y que a pocos emocionan, son además tareas enfocadas hacia el exterior, sin darnos cuenta de que el 80% de la actividad económica mundial se produce en el interior de las empresas, constituyendo los intercambios económicos tan sólo el

cognoscitivo, un segundo antropológico y un tercero adaptativo.

El límite cognoscitivo consiste darnos cuenta de que “no sabemos lo que no sabemos” y su único antídoto *mantener siempre la mirada atenta y el corazón abierto*. La segunda limitación a nuestra capacidad de diseño consiste, como ya hemos mencionado, en tener en cuenta las torpezas de los elementos que conforman la organización, especialmente las humanas —en la medida en que no actuamos sólo racionalmente—. Y la tercera limitación trata de la necesidad de adaptabilidad a un entorno de incertidumbre, de tal manera que tengamos presente que cambiaremos cuando las circunstancias cambien.

Queremos subrayar, cuando hablamos de incertidumbre, que **la incertidumbre más problemática es la que ha de prever las expectativas de los otros miembros de la propia organización**, lo cual es consecuente con el hecho, indicado anteriormente, de que el 80% de la actividad económica se produce en el interior de las empresas.

Queda claro que no es la racionalidad desnuda la que determina el comportamiento de las compañías, ni la maximización de beneficios es el objetivo a lograr, sino la satisfacción humana

Y así sucede en la práctica que a la hora de tomar una decisión y las empresas gastan muchos recursos intentando prever lo que van a hacer las empresas de la competencia, cuando sería más relevante prever lo que va a hacer el departamento de contabilidad, el de marketing, el de mantenimiento o el de personal de la propia compañía.

En este contexto, pues, queda claro que no es la racionalidad desnuda la que determina el comportamiento de las compañías, ni

la maximización de beneficios es el objetivo a lograr, sino la satisfacción humana.

Quizá, si sólo la racionalidad mandara, establecería fácilmente objetivos teniendo en cuenta los medios disponibles y además, conseguiría maximizarlos. Pero escribía Unamuno “*la razón por sí sola, mata y la imaginación es la que da vida*”.

Los sentimientos, los afectos, la imaginación, elementos consustanciales de nuestra racionalidad, limitan o expanden el ámbito racional asociando creatividad y variabilidad y es por ello que todo diseño organizacional debe ocuparse ante todo de las personas que lo integran, de los límites de su racionalidad, de las torpezas que conlleva ser humano y de las potencialidades latentes, tanto más cuanto más complejidad y necesidad de adaptación requieran los resultados a alcanzar.

De hecho, ninguna organización consigue resultados sobresalientes sólo con medios racionales, los cuales, además, para aplicarse, deben hacer simplificaciones tan radicales sobre la realidad, que la deforman. Y en cambio, observamos a diario, soluciones aproximadas que nos satisfacen —no hay más que leer las memorias anuales de cualquier gran empresa—. Así es la vida humana y nos alegramos por ello.

Deep Blue

Veamos por último un ejemplo muy conocido para ilustrar las diferencias entre lo que entendemos como racionalidad simple o creadora. Herbert Alexander Simon creó la máquina Deep Blue de IBM de jugar al ajedrez —que ganó a Kasparov en 1997— para demostrar que hay dos sistemas de símbolos con los medios necesarios y suficientes para la racionalidad inteligente: los ordenadores y los cerebros humanos. Solo que, hasta hoy, la máquina únicamente anticipa jugadas y la mente humana crea el juego... y la máquina.

Mas sospechamos que si la máquina fuese añadiendo auto aprendizaje hasta llegar a ser capaz de sentir y crear, se iría haciendo paralelamente incapaz de lograr una maximización de resultados meramente racional, debido a que no gastaría tanta energía en calcular toda posible alternativa por cada grado de incertidumbre. Y es que renunciar a la maximización de resultados es el precio que pagamos nosotros los humanos a cambio de nuestra capacidad de crear y de amar.

Límites de nuestra capacidad de diseño y organización

A nuestro modo de ver, estos límites serían básicamente tres; uno