

QUE ARISTÓTELES NO DIRIJA LA GENERAL MOTORS REFLEXIONES SOBRE LA ÉTICA EMPRESARIAL

*DON'T LET ARISTOTLE LEAD THE GENERAL MOTORS
REFLECTIONS ON BUSINESS ETHICS*

Javier Prado Galán*

Resumen

En el presente artículo se exponen las dificultades para esbozar una ética empresarial, el problema toral de la relación entre ética y eficacia en la empresa, las principales teorías de la justicia frente a la situación de la ética de los negocios y la reflexión sobre algunas propuestas para enfrentar el tema de las condiciones de posibilidad de dicha ética.

Abstract

This paper shows the problems to outline a business ethics, the relation underlying problem between ethics and effectiveness in the firm, the main theories of justice against the state of business ethics and reflection on some proposals to face the issue of possibility conditions of business ethics.

Palabras clave: Ética, empresa, eficacia, justicia, responsabilidad, convicción

Keywords: Ethics, firm, effectiveness, justice, responsibility, conviction

*Director General Académico
de la
Universidad Iberoamericana
Plantel León
javierprado@leon.ibero.mx

En el presente artículo se exponen las dificultades para esbozar una ética empresarial, el problema toral de la relación entre ética y eficacia en la empresa, las principales teorías de la justicia frente a la situación de la ética de los negocios y la reflexión sobre algunas propuestas para enfrentar el tema de las condiciones de posibilidad de dicha ética.

Empecemos con las dificultades. Cuando pensamos en las dificultades a las que se enfrenta la ética empresarial, de inmediato salta a la vista la desconfianza que hacia ella siente el empresario. El empresario sabe que si se promueve la ética en su empresa, deberá pagar mejores salarios, deberá ofrecer mejores productos a los clientes, deberá pagar sus impuestos a tiempo, deberá solventar sus deudas con los proveedores, etc. Nunca se debe olvidar entonces que la misión de la empresa es maximizar la ganancia. La motivación altruista siempre pasa a un segundo plano. Incluso muchas veces se adopta un código deontológico en una empresa, pero con la finalidad de vender y no precisamente de compartir las utilidades con el trabajador y con la sociedad. A esto se le viene llamando desde hace tiempo “rearme ético”. Se trata de una ética convenenciera.

Se suele hablar de “responsabilidad social de la empresa”. El cliché “empresa socialmente responsable” se ha puesto en boga. Pero en realidad sólo un pequeño porcentaje de las empresas son auténticamente responsables con la sociedad, tanto en el plano económico como en el ecológico. Casi todas dan migajas a algún productor de escasos recursos o francamente hacen trampa y expolian al pobre a la manera de Ajab/Jezabel a Nabot el de la viña veterotestamentaria.

Otra dificultad evidente a la hora de pretender que una empresa sea moralmente responsable es el entorno socioeconómico que obliga a muchos empresarios a volverse depredadores puesto que las condiciones son tan adversas que el único modo de sobrevivir es el de la “selección natural del más apto”. Hablamos entonces de un darwinismo empresarial que consigue en un corto plazo desplazar a las famosas PyMES y fortalecer de manera monstruosa a las grandes corporaciones nacionales e internacionales.

¿Se puede ser a la vez ético y eficaz, ético y productivo? Un autor como Fernando Menéndez ha defendido a lo largo de su obra –véase *En la grieta de la roca. Problemas éticos contemporáneos en la gestión de las organizaciones*- el que es posible que una organización y un empresario desarrollen una toma de decisiones a la vez ética y productiva: “Estamos convencidos de que sí es posible manejar, hoy en día, los negocios desde

En realidad sólo un pequeño porcentaje de las empresas son auténticamente responsables con la sociedad, tanto en el plano económico como en el ecológico

Hablamos entonces de un darwinismo empresarial que consigue en un corto plazo desplazar a las famosas PyMES y fortalecer de manera monstruosa a las grandes corporaciones nacionales e internacionales

una perspectiva ética...” (Menéndez, 1999:9) Así lo asegura categóricamente en el libro de marras. Difícil sostener esto. Sin embargo, si se responde de manera negativa a la pregunta, el realismo se impondrá: es imposible hablar de ética de la empresa. El afán de lucro no lo permitirá.

Al final del camino seguimos teniendo más de lo mismo: eficacia, aumento de la productividad, quizá, pero no ética en el sentido de justicia y calidad de vida para todos

Uno lee en la RAE que el taylorismo es un método de organización del trabajo que persigue el aumento de la productividad mediante la máxima división de funciones, la especialización del trabajador y el control estricto del tiempo necesario para cada tarea. Y todos sabemos que so pretexto de aumentar la productividad se extenuó al obrero, no se le remuneró como se supuso, en fin, se le explotó. Dicha organización por demás vertical, se pretende abolir con el postaylorismo. Sin embargo, al final del camino seguimos teniendo más de lo mismo: eficacia, aumento de la productividad, quizá, pero no ética en el sentido de justicia y calidad de vida para todos.

Todo el mundo conoce la posición de Adam Smith en torno a la “mano invisible”. El mercado hace su trabajo, se autorregula. En el intercambio ganan todos, el empresario y el consumidor. El egoísmo se transforma en bienestar social. Si las cosas fueran así, no tendría caso hablar de ética de la empresa. El mercado se encarga de hacer justicia. Todos saldríamos ganando. Sin embargo, como no suele ser así, es necesario volver a la pregunta del autor Menéndez: “¿Se puede ser a la vez ético y eficaz?”

Se puede hablar de ética empresarial o de los negocios pensando en la organización y los códigos morales que le pueden ayudar a transitar constructivamente o en el directivo o manager que puede cultivar una moral de la virtud muy particular. En cuanto a esto último, basta con hojear el *Oráculo manual y arte de prudencia* del jesuita Baltasar Gracián para percatarse de cuáles deben ser las actitudes morales del directivo o manager de una empresa. El directivo tradicional normalmente es agresivo, competitivo y cruel. Este autoritarismo crea descontentos y genera dependencias. Suponemos que el directivo democrático es más ético y más eficaz. Esto implica cultivar una moral de excelencia. Implica una vuelta a Aristóteles. De aquí en adelante nos concentraremos en la ética de la empresa aplicada a la organización y no tanto al directivo.

En realidad el tema central de la ética de la empresa es el de la justicia. Por supuesto que alguien puede defender que el tema central es el de la caridad. Basta con que Bill Gates done dinero a obras de beneficencia no importando que en su empresa se cometan las injusticias más flagrantes. Siempre será más fácil ser caritativo que ser justo. “Candil de la calle y oscuridad de la casa”. Se trata entonces de pagar justamente, y no sólo legalmente, a los empleados. Se trata de promover a los empleados que objetivamente se desempeñen con mayor profesionalismo y competencia en su función. Se trata de respete al máximo al consumidor. Se trata de que los productos que salgan al mercado no lleven a engaño al consumidor.

Existen múltiples teorías de la justicia. Desde la utilitarista hasta la marxista pasando por teorías de índole comunitarista o liberal. Creo que conocer a grandes rasgos las bondades de las principales

teorías de la justicia puede ayudar a la empresa y al empresario a lograr tímidamente lo imposible: la justicia.

La teoría de la justicia más socorrida por los economistas es el utilitarismo. Su sencilla y práctica máxima –“la mayor felicidad para el mayor número”- la vuelve altamente popular. El bienestar de las mayorías es lo prioritario. En una empresa es cuestión de tomar medidas que beneficien al grueso de los empleados y al grueso de los directivos. Dichas medidas deben garantizar la felicidad de la mayoría. Lo difícil es determinar en qué consiste la felicidad en una organización en particular. Además de que siempre salen afectadas las minorías. Una minoría del conjunto empresario, gerente, empleados, consumidores, proveedores y sociedad, puede quedar mal parada si se aplica acriticamente el principio que inmortalizó a Stuart Mill.

En el otro extremo nos topamos con el marxismo. Al marxismo le preocupa principalmente la explotación y la alienación del trabajador en el proceso de producción. Es verdad que los contenidos de ambos conceptos capitales han cambiado en el capitalismo tardío, pero siguen ocupando un lugar de suma importancia en la teoría marxista.

En medio nos encontramos con el comunitarismo que podría ser aplicado de manera concreta al cooperativismo, pero que parece inviable en la empresa taylorista o posttaylorista con la que nos enfrentamos hoy por hoy.

La teoría que suele gustar más al empresario a la hora de hablar de ética, pero que termina obviando el tema de la justicia o ignorándolo olímpicamente, es el liberalismo. Un pensador como Nozick habla en contra incluso del pago de impuestos. En *Anarquía, Estado y utopía* aboga por un Estado mínimo que se dedique sólo a proteger las garantías individuales de los ciudadanos, pero que por ningún motivo pretenda corregir las enormes desigualdades que van excluyendo a la mayoría de los individuos y que van desdibujando del panorama el tercer ideal de la Revolución Francesa: la fraternidad.

Es verdad que dentro del liberalismo han florecido teorías que insisten en la igualdad. El caso de John Rawls es el más sonado. Sin embargo, los principios de su teoría de la justicia, por ser tan abstractos, son poco aplicables en el marco de una empresa determinada.

A propósito de principios, hace ya tiempo apareció con mucho éxito el libro de Tom Morris *Si Aristóteles dirigiera General Motors*. En dicho texto el autor proponía, para que las empresas fueran realmente éticas, cuatro valores: la verdad, la bondad, la belleza y la unidad. Es verdad que en el mercado suele primar el engaño, es verdad que la bondad hace falta en el seno de la empresa, es verdad que la unidad hace la fuerza en una organización, sin embargo, nos parecen demasiado genéricos además de anacrónicos (ver título de este artículo) estos pilares o soportes que Morris propone para moralizar los negocios.

La teoría que suele gustar más al empresario a la hora de hablar de ética, pero que termina obviando el tema de la justicia o ignorándolo olímpicamente, es el liberalismo

En dicho texto el autor proponía, para que las empresas fueran realmente éticas, cuatro valores: la verdad, la bondad, la belleza y la unidad

En realidad el texto de Morris es criticable también desde otros ángulos. Los cuatro trascendentales escolásticos en los que basa su planteamiento no son propiedad de Aristóteles. Platón los pensó primero. Por otra parte, ambos los pensaron no para aplicarlos a una organización tan particular como lo es la empresa. La República platónica es un proyecto a ser concebido en una sociedad donde los “productores” (artesanos, comerciantes, etc.) son sólo un estamento. Además el trascendental “pulchrum” o belleza, parece muy alejado de la dinámica de una organización empresarial dedicada a los negocios, a la ganancia y al mercado.

Por último, el autor de tan popular libro no argumenta en el sentido de que si una empresa que suscribe esos valores, luego entonces será más productiva, más eficaz y más próspera. Un solo ejemplo, contemplamos a nuestro alrededor a un montón de negocios que sobre la base del engaño al consumidor han hecho fortuna y no están dispuestos a rectificar. Este engaño puede alcanzar al fisco, a los proveedores o a la sociedad en general. Si abrazaran el valor de la verdad, es probable que no tendrían el éxito que presumen.

Weber concebía la ética de la responsabilidad como la actuación en función de las consecuencias de la misma

Adela Cortina, la filósofa española, apuesta por una “ética de la responsabilidad convencida” pensada en el sentido en que Max Weber la concibió al final de su célebre conferencia *La política como vocación*. Es sabido que en Weber ética de la convicción es obrar de acuerdo con los principios no importando las consecuencias de la acción. Y también es de sobra conocido que Weber concebía la ética de la responsabilidad como la actuación en función de las consecuencias de la misma. La autora española busca la conciliación de ambos planteamientos éticos pero concediendo prioridad –dado que la empresa es una organización- a la ética de la responsabilidad en caso de que esto entre en conflicto con la congruencia respecto de los principios profesados. Estamos hablando de una ética de la responsabilidad convencida que no traicione fácilmente los principios pero que vea con responsabilidad que no basta con la intención. Hay algo de verdad en el aserto de Cioran: “Sólo tiene convicciones quien no ha profundizado en nada”.

La expresión “ética de la responsabilidad convencida” es ambigua. Se puede entender como que uno ha de estar convencido de que la responsabilidad de cara al futuro es la clave ética en una organización. Aunque también puede ser comprendida como arriba lo sosteníamos: como una ética que busca dar resultados siempre y cuando los principios no sean tan intercambiables como con sorna solía decir Groucho Marx: “Estos son mis principios; si no le gustan, tengo otros”.

El cambio en la empresa sólo es posible en la medida en que se asuma la postura intersubjetiva dialógica de la escuela de Habermas y Apel. Establecer las condiciones para el diálogo y el consenso

en la empresa es establecer las condiciones no sólo para aumentar la productividad de la misma, sino para mejorar la moral de la misma. Y mejorar la moral de la misma tiene que ver con el aumento de libertad, felicidad y realización en los miembros de la empresa y también en los destinatarios.

Como apunta Adela Cortina *una empresa “éticamente impecable”, es decir, la que persigue los objetivos por los que una empresa existe (satisfacer necesidades humanas) se caracteriza por la “agilidad” y la “iniciativa”, por el fomento de la “cooperación” -no ya del conflicto, como antaño- entre sus miembros, ya que a todos mueve un “interés común”, por la “solidaridad al alza”, por el “riesgo razonable”, por la “corresponsabilidad. Pero todo ello dentro de un marco de justicia sin el que cualquier empresa es inmoral.* (Cortina, 1994: 15).

La ética de la empresa ha de servir a los consumidores, ha de fomentar el respeto de los derechos de los miembros de la empresa, ha de exigir a dichos miembros corresponsabilizarse por la marcha de la empresa, etc. No basta Aristóteles para lograr todo este cometido.

El cambio en la empresa sólo es posible en la medida en que se asuma la postura intersubjetiva dialógica de la escuela de Habermas y Apel

REFERENCIAS ■

Cortina, Adela (1994). *Ética de la empresa. Claves para una nueva cultura empresarial*. Madrid: Trotta.

Menéndez, Fernando (1999). *En la grieta de la roca. Problemas éticos contemporáneos en la gestión de las organizaciones*. México: UIA, Cuadernos de Fe y Cultura, El Pensamiento Contemporáneo, No. 10.

Morris, Tom (1997). *Si Aristóteles dirigiera General Motors. Un nuevo enfoque ético de la vida empresarial*. Barcelona: Editorial Planeta.