

Reproducción parcial de la conferencia dictada por la Doctora Adela Cortina, con motivo del lanzamiento del Pacto Mundial en México. Ciudad de México, 9 de junio de 2005.

Ética de la empresa: una apuesta prudente y justa

Conviene empezar una intervención pública aclarando el significado del título. La palabra "ética" procede etimológicamente del vocablo griego "êthos", que significa "carácter", de modo que la ética se relaciona con la forja del carácter. Las personas nos vamos forjando un carácter con las decisiones que vamos tomando a lo largo de nuestras vidas. Y dado que esto es inevitable, lo inteligente es tratar de forjarse un buen carácter, un carácter que nos haga justas y felices. Las organizaciones, de un modo análogo a las personas, también van adquiriendo con el tiempo un carácter. Y una de las limitaciones de nuestro tiempo es que, al quererlo todo "para ya", al vivir inmersos en el cortoplacismo, podemos olvidar la formación del carácter, que exige pensar y actuar para el medio y largo plazo, que es el tiempo humano.

Por su parte, la palabra "moral" puede entenderse de diferentes maneras, pero una muy sugerente es la que propone José Ortega y Gasset. Según él, las gentes -y yo añadiría también las organizaciones- pueden estar altas de moral o desmoralizadas. La persona o la organización que se encuentra desmoralizada no se encuentra con ánimo para enfrentar los retos vitales con altura humana. En cambio la que está alta de moral, sea persona o sea organización, sí tiene la energía necesaria como para hacer frente a los retos vitales y resolver los problemas con gallardía. Y es importante que las empresas, en nuestro caso, estén altas de moral, porque entonces son proactivas, y no reactivas: se anticipan al futuro, creándolo, en vez de dejarse ganar por él y responder de forma reactiva.

En este orden de cosa, en los años setenta del siglo XX surge la ética de la empresa con una triple peculiaridad al menos. En principio, escándalos como el *Watergate* recuerdan que ni la política ni la economía funcionan cuando falla la confianza de los ciudadanos en los políticos o en los empresarios. La confianza es un capital muy difícil de crear, muy fácil de dilapidar y muy difícil de reponer; por ello los casos de corrupción tienen un elevado costo en términos económicos, pero también en términos de capital social. Es necesario -se pensó- re-moralizar a las empresas, dotarlas de un carácter transparente, comprometerlas con la sociedad. Y para ello lo importante sería, y ésta es la segunda peculiaridad, más que discutir sobre ideologías, recurrir a las buenas prácticas.

Los seres humanos deberíamos ser capaces de elaborar códigos que recojan las buenas prácticas de nuestra profesión, de nuestra empresa o incluso de nuestro país. Hacer un código ético no significa escribir un documento, sino reunir poco a poco a los distintos *stakeholders*, a los distintos afectados de cada caso, y dialogar con ellos sobre los valores en los que creemos y sobre cómo pueden plasmarse en buenas prácticas, tanto en el caso de las empresas como en el de los pueblos. El principal problema en todos los países es el de la educación, y dentro de la educación, la educación en valores.

Dentro de estos códigos hay un principio supremo que sirve de referencia en cualquier ética moderna: que toda persona es un fin en sí misma, es absolutamente valiosa y no puede ser tratada como un simple medio. La persona no puede ser

instrumentalizada, sino que tiene que ser empoderada. Por tanto, en el seno de la empresa el aumento de la competitividad, como imperativo de la empresa, debe conseguirse a través del imperativo de la humanidad. Quien no esté convencido de que la economía esta al servicio de las personas, no va a generar un carácter ético. Los distintos grupos sociales tienen distintas propuestas de vida feliz, pero logran convivir como una sociedad pluralista cuando pueden dialogar y encontrar unos mínimos de justicia que puedan compartir, como la libertad, la solidaridad o los derechos humanos. Estos mínimos son intersubjetivos, las personas pueden compartirlos, y en este sentido van más allá de los sujetos individuales: nadie está autorizado para anular la libertad o violar los derechos humanos. Por ello, el respeto de los derechos humanos y el empoderamiento de las personas para ejercer su libertad deben exigirse en las universidades, en las empresas y en todo tipo de organizaciones.

En los años setenta, la ética de la empresa nació bajo la premisa de que “la ética es rentable”, y ésta sería su tercera peculiaridad. Ciertamente, una empresa tiene que buscar la rentabilidad y, si la ética obligara a cerrar las empresas, no podrían tenerla en cuenta. Pero si consideramos las cosas con inteligencia, nos percatamos de que la práctica ética incide positivamente en los resultados de la empresa. Es mejor que todos los afectados por la empresa, todos aquellos con quienes la empresa trabaja, colaboren y generen un círculo virtuoso donde se desvanezcan las tensiones, fricciones e indiferencias. De esta forma la ética es rentable para la empresa y aumenta su competitividad, no en el sentido de desalojar a todos los demás del mercado, sino en el sentido de acrecentar su viabilidad. Si bien una mejor actuación ética no es garantía de la viabilidad de la empresa, porque nada puede garantizar que la empresa sea viable, sí que incrementa sus probabilidades de éxito o supervivencia.

En este sentido, suele decirse que las empresas tienen que contar con capital financiero y con capital humano, incluso con capital social, pero se habla muy poco del capital ético y, sin embargo, es indispensable. La empresa es un lugar fundamental para vivir los valores fundamentales de una ética cívica.

A partir de los años noventa del pasado siglo y ante el fenómeno de la globalización, surge la pregunta de si la ética en los negocios sigue siendo posible. ¿Se trata acaso de una práctica necesaria, pero que al fin y al cabo resulta imposible? Quisiera responder que en tiempos de globalización la ética no sólo es posible, sino también necesaria. En un mundo de interdependencia entre las empresas y entre los países, de precarización del trabajo, de asimetría en las reglas del comercio, de financiarización de la economía, cuando se habla de la “Sociedad del Riesgo”, hay cinco razones al menos para decir que la ética no sólo es posible, sino que también es necesaria:

1. Generar una identidad social y tener valores morales es fundamental en tiempos de grandes cambios. Justamente en momentos de gran incertidumbre, y refiriéndonos a las empresa, es vital saber quiénes somos, dónde estamos y hacia dónde vamos para poder resistir la volatilidad de los mercados financieros.
2. La globalización no puede favorecer sólo a una parte de la humanidad, sino que tiene que favorecer a todos los seres humanos. Justamente el Pacto Mundial nació

- con una vocación muy clara: la de afirmar que los beneficios de la globalización no pueden reducirse a unos cuantos, sino que tienen que extenderse a todos los seres humanos. Por ello invita a las empresas a sumarse al ejercicio de esa responsabilidad, para que la globalización beneficie a todos aquellos que tienen dignidad y no precio: las personas.
3. En ocasiones se piensa que sólo los políticos son los grandes protagonistas de la vida pública, pero existen otros dos actores igualmente importantes: las empresas y las organizaciones cívicas. El Primer Sector (el Sector Político), el Segundo (el Sector Económico) y el Tercero (el Sector Social) deben trabajar juntos y ejercer el protagonismo que les corresponde
 4. El desarrollo de los pueblos es fundamental y en él las empresas éticas tienen un papel inconfundible. Como dice Amartya Sen, la empresa ética es un factor del desarrollo: cuando una empresa actúa éticamente no sólo obtiene beneficios internos, también influye positivamente en la sociedad. Por ello la empresa es un bien público que debilita el círculo vicioso de las malas prácticas y refuerza el círculo virtuoso de las buenas prácticas. Una empresa ética genera esa costumbre de las buenas prácticas, o buenas actuaciones, que a su vez van construyendo reciprocidad y acaban por conformar un bien público. Toda empresa tiene como fin generar una buena sociedad en la que los mafiosos y los corruptos no tengan ningún lugar, porque su actuación está fuera de norma, no es lo que se acostumbra.
 5. En muchos lugares del mundo surge un movimiento creciente que se va a potenciar: no interesa trabajar con empresas que utilizan el trabajo infantil, que discriminan, que contaminan, etc. Cada vez habrá una mayor transparencia sobre quiénes están respetando los derechos humanos y quiénes los están violando, y las empresas y ciudadanos solventes no querrán trabajar con empresas poco dignas. En este sentido, cada vez se exige más que las empresas asuman su responsabilidad social corporativa. Pero, ¿en qué consiste la responsabilidad social de la empresa?

Hoy en día hay una discusión muy animada al respecto. Una caracterización muy conocida en los años setenta del siglo XX, la de Milton Friedman, decía que la responsabilidad social de la empresa consiste en aumentar los beneficios de los accionistas. Si todas las empresas actúan así -pensaba Friedman- al final surgirá lo mejor para todos. Esta visión resultó, no obstante, ser limitada, porque lo bien cierto es que cuando buscamos el bien de todos aquellos que son afectados por la empresa, de todos los *stakeholders*, el beneficio obtenido no es sólo económico sino también social y ambiental, y alcanza también al accionista: el accionista aumenta su beneficio cuando la empresa tiene en cuenta a todos los afectados. Y ésta es una de las razones por las que la responsabilidad social tiene que ser un elemento de gestión de la empresa. De hecho, propongamos que la responsabilidad social de la empresa sea un elemento importante de gestión, que entre en el núcleo duro de la empresa, de manera que esta identifique claramente quiénes son sus *stakeholders*, sus afectados, qué expectativas legítimas poseen, cómo satisfacerlas y, finalmente, recoja en informes qué ha hecho para satisfacer esas expectativas y, año tras año, cuáles han sido los avances. Éste sería el modo de actuar de una empresa prudente.

Pero las empresas, como las personas, no sólo tienen que ser prudentes, sino también justas. Y, en este sentido, la ética dialógica, en la que yo trabajo, recuerda que cada persona es una interlocutora válida, que tiene que ser tenida dialógicamente en cuenta cuando se trata de cuestiones que le afectan. Por tanto, una empresa que quiera asumir su responsabilidad social tiene que tomar en cuenta a todos los grupos afectados por su actividad.

No se propone aquí la vieja acepción de filantropía, que consiste en actuar de forma desinteresada, porque las empresas no pueden ser desinteresadas. Ni tampoco se propone hacer algo más en favor de la sociedad, sino de hacer las cosas de otra manera. La responsabilidad social no es un “algo más” que la empresa hace, sino un carácter que nos vamos generando en el tiempo, en el medio y largo plazo, introduciendo este cuerpo de valores como un elemento de gestión fundamental para la empresa, como un compromiso consciente y congruente que la empresa asume. La responsabilidad social se ha puesto en marcha en un triple sentido: como una herramienta de gestión, como una medida de prudencia y como una exigencia de justicia.

Por último, trataremos de hacer frente a una cuestión que siempre se plantea en estos casos. ¿La ética de la empresa es realmente ética o es más bien cosmética? Maquiavelo aconsejaba a Lorenzo de Médicis en El Príncipe que aprendiera a poder no ser bueno, y a ser bueno o malo según lo exigieran las circunstancias para el bien del Estado. Pero que aparentara siempre ser bueno, porque –decía– “todos ven lo que pareces, pocos palpan lo que eres”. Sin embargo, creo yo que Maquiavelo se equivocaba. Es verdad que podemos ponernos maquillaje para aparentar que tenemos un buen rostro, pero siempre llega la noche y la hora de la verdad. El cliente se da cuenta finalmente de que el producto no es bueno, de que la empresa funciona de forma corrupta, de que se explota a los trabajadores. Y cada vez más caminamos, afortunadamente, hacia una sociedad que desenmascarará a las empresas que hacen uso y abuso de malas prácticas.

De ahí que lo mejor en el largo plazo sea tomar vitaminas, ir nutriéndose día a día, hacer deporte. Forjarse un carácter en el medio y largo plazo es lo que verdaderamente resulta rentable, más que la apariencia y el maquillaje. La responsabilidad social no puede estancarse en rellenar papeles, tiene que ver con el carácter de la empresa y de los *stakeholders*, forjado en el largo plazo. La responsabilidad social es el proceso de la forja del carácter de todos los afectados por la empresa. El ser humano es un fin en sí mismo y no puede tomarse como un simple medio. Las empresas que comprenden esto unen, como decía Aristóteles, lo justo y lo conveniente. Es una exigencia de justicia para quienes quieren estar a la altura de la dignidad, para quienes quieran vivir su vida desde la altura de su carácter.

La profesora Adela Cortina es Catedrática de Ética y Filosofía Política en la Universidad de Valencia y Directora de la Fundación para la Ética de los Negocios y las Organizaciones (ETNOR). Ha publicado numerosos libros, entre ellos *Ética mínima* (1986), *Ética sin moral* (1990), *Ética aplicada y democracia radical* (1993), *Ética de la empresa* (1994), *Ciudadanos del mundo* (1997), *Hasta un pueblo de demonios* (1998), *Alianza y Contrato* (2001) *Por una ética del consumo* (2002) y *Construir confianza* (2003).