

## ¿Rentabilidad ética? Ética inmoral

**Autora: Claudia Liliana Padrón Martínez**

División de Investigación

Facultad de Contaduría y Administración

Universidad Nacional autónoma de México

Parece una paradoja hablar de la ética inmoral, un contrasentido o una incongruencia. Sin embargo, este mundo que habitamos, esta forma civilizatoria de vida está llena de un sin fin de contradicciones y, la concepción de la “rentabilidad ética” es una de ellas y la que hoy atrapa nuestra atención.

Hace poco escuche en una estación de radio, que decían que era una de las frecuencias con mayor número de radioescuchas y esto se debía a la confiabilidad que su auditorio tenía en sus noticieros, pues éstos se caracterizaban por su veracidad. Con esto pretendían argumentar que no tenían que recurrir al amarillismo o a otros artilugios para captar la atención del público. Literalmente dijeron que actuaban con ética profesional y que esto les había brindado importantes beneficios y afirmaron que “actuar con ética tiene sus ganancias”.

De igual forma, en distintos ámbitos y principalmente en el mundo empresarial, se han dado cuenta que la “ética” es rentable. Todo parece indicar que debido a sus “beneficios” la ética se ha convertido en una necesidad.

De esta forma la ética se ha convertido en un tema obligado dentro del ámbito empresarial, por lo que en diversos foros empresariales es frecuente escuchar hablar acerca de la responsabilidad ética de la empresa y a veces se promueve la urgente necesidad de crear códigos de ética que regulen sus acciones. Actualmente se suele afirmar, y con mucha seguridad, que una empresa que demuestra estar comprometida con el cuidado del entorno, con el apoyo social y en general con una buena actuación ética, obtiene mejores beneficios en términos de lealtad de los consumidores. Y se llega así al extremo de la ambición al utilizar la ética como un elemento para producir ganancias. Por ejemplo, en el artículo titulado "La ética empresarial en las relaciones económicas internacionales"<sup>1</sup> Fernando Navarro afirma lo siguiente “Hoy cada vez son más los empresarios que reconocen que la ética es rentable... el comportamiento no ético de una empresa si es transmitido a la sociedad puede resultarle costoso en términos de pérdida de confianza en la empresa, y producirle un costo económico y de posición en el mercado que puede ser difícil de superar”. Esto demuestra que la preocupación de la empresa por la ética a veces es por completo clara: sin ética, se gana menos. “La rentabilidad de la ética”, entonces, es suficiente para que ella adquiera importancia en la mentalidad de ciertos empresarios; éstos han invertido en investigaciones que puedan probar la relación necesaria entre la ética y las ganancias.

---

<sup>1</sup> Fernando Navarro, "La ética empresarial en las relaciones económicas internacionales" en *La empresa socialmente responsable* p.163

Existen empresas que han elaborado estudios para mostrar una relación que hay entre el cuidado de la actuación social, la protección del medio ambiente y el posicionamiento de la empresa en el mercado.<sup>2</sup> De esta forma se asocia directamente el nivel de responsabilidad de la empresa con su nivel de aceptación en el mercado. En otras palabras, el tema de la ética en el mundo de los negocios, al concebirse como fuente de ganancias de orden económico, cobra un sentido no ético, sino comercial. Y así la relación que tiene la ética con la empresa parece, con mayor urgencia, necesaria. Un ejemplo más de esta situación lo encontramos en la presentación del libro *La empresa socialmente responsable*<sup>3</sup>, donde Gonzalo Schar escribe que "de acuerdo a una encuesta realizada sobre un universo de 1,000 directores de marketing estadounidenses, un alto nivel de responsabilidad social está asociada a altos niveles de motivación y de compromiso por parte de los trabajadores, mejora la lealtad de los consumidores y el rendimiento empresarial, medido por el crecimiento de los beneficios y de las ventas". También ha sido redituable crear algunos códigos de ética al interior de ciertas empresas y organizaciones que en realidad son catálogos de prohibiciones que legitiman ciertas sanciones a las conductas que no convienen a la empresa por razones económicas. No tienen un sentido ético en verdad. Y muchas veces sirven para evadir las responsabilidades legales, como cuando al empleado se le exige trabajar más de las horas legalmente establecidas apelando a su fidelidad por la empresa. De esta forma, estos códigos han hecho muy poco para impedir la realización de malas prácticas cometidas por las diversas organizaciones que los han elaborado. Cabe señalar que con la aplicación de estos códigos a favor de la empresa se ha incrementado la confusión acerca del papel de la ética.

Es indudable que los códigos de ética creados por distintas empresas no han ofrecido verdaderas soluciones a ciertos conflictos éticos, no han servido de mucho para conducir a un buen o correcto funcionamiento de la actividad empresarial, y quizá lo más grave es que han sido utilizados para encubrir ciertas actividades de prestigeadas empresas que ostentaban tenerlos y posteriormente han sido protagonistas de grandes escándalos éticos.

Nos encontramos, pues, ante un horizonte empresarial donde los valores más importantes desde el punto de vista ético tienen que ver, directa o indirectamente, con el logro del máximo beneficio económico. En estos tiempos el papel de la empresa, de "la empresa global" —para ser más precisos—, influye de manera determinante en los demás ámbitos de vida, y en ella el planteamiento por la ética sólo se da en la medida en la que ésta es redituable a sus objetivos y, paradójicamente, puede justificar ciertas acciones inmorales de su actuar.

Es lugar común referirse a la actual forma de vida como la era de la globalización, que se define como la época de la expansión del libre mercado y cuyo objetivo principal es la optimización a escala mundial del capital financiero.

---

<sup>2</sup> Como los realizados por *Innovest Strategic Value* . (empresa radicada en New York que realiza estudios de mercado)

<sup>3</sup> Gonzalo Schar (coord.), *La empresa socialmente responsable*, Madrid, Fundación CIDEAL, 2003, 187 pp.

La globalización económica es el escenario creado e impulsado por los "ideales" de "la empresa global", donde el poder de los Estados se ha minimizado al grado de ya no contar con medios para controlar el poder de los mercados y carecer de mecanismos para frenar los flujos de capital que determinan la economía y con ella la forma de vida de países enteros. El papel del Estado y del poder político se han reducido a meros medios para que las empresas mundiales puedan realizar en forma cada vez más eficiente sus proyectos de expansión.

El Estado se ha transformado hasta el grado de no poder ya interponerse en los mercados y, por el contrario, tiene que intervenir en todas las relaciones sociales en nombre de la privatización. No hay que olvidar que la privatización es una política del Estado. Los intereses empresariales solamente pueden empujar políticas de privatización por parte de los poderes del gobierno. Sin embargo, ha sido la propia autoridad del gobierno la que ha conferido a las empresas transnacionales (de producción mundial) un poder por encima del que poseen los propios Estados. De esta forma han sido los propios gobiernos quienes les han otorgado a las empresas un inmenso poder.

Esta situación quedó claramente expresada en voz de Marc Blondel,<sup>4</sup> quien en el Foro Económico de Davos manifestó: "Los poderes públicos no son en el mejor de los casos, más que un segundo contratista de la empresa. El mercado manda. El gobierno gestiona."

En este contexto la "empresa global" es la que determina el rumbo que siguen la política y la economía a escala mundial y, obviamente, el interés que lo impulsa, se relaciona directamente con sus objetivos de rentabilidad y ganancia. Este tipo de empresa lo que busca es el máximo beneficio económico y, para ello, a través de ciertas fusiones, incrementa su productividad en países donde los salarios son muy bajos y coloca sus productos en el mercado que tiene un nivel económico de vida mucho más alto. De esta manera es como el mercado global ha creado su propia política, sus instituciones supranacionales, sus redes de influencia y sus propios medios de actuación.

Con respecto a esta circunstancia Ignacio Ramonet<sup>5</sup> sostiene que "El papel del Estado, dentro de una economía global, es incómodo. Ya no controla los cambios, ni los flujos de dinero, de información o de mercancías y, a pesar de todo, continuamos teniéndolo como responsable de la formación de los ciudadanos y del orden público interno, dos misiones que precisamente dependen mucho de la situación general de la economía... El Estado ya no es totalitario, pero la economía, en la era de la globalización, tiende a serlo cada vez más."

Como se puede observar, son las grandes empresas, "las empresas globales" quienes determinan nuestra forma de vida por el inmenso poder que han

---

<sup>4</sup> Marc Blondel es Secretario General de la Confédération générale du travail - Force ouvrière (CGT-FO, Francia).

<sup>5</sup> Ignacio Ramonet, "Globalización, ética y empresa" en *Construir confianza. Ética de la empresa en la sociedad de la información y las comunicaciones*, Madrid, Trota, 2003, p.104

adquirido debido, entre otras cosas, a prácticas que en gran medida se encuentran alejadas de todo compromiso ético. Así en este horizonte de economía global, de libre mercado, los valores más importantes no son los valores éticos, sino los que tienen que ver directamente con la obtención del máximo beneficio económico para estas empresas. La eficiencia y la competitividad son los valores más buscados, ya que la eficiencia en su proceso productivo y su capacidad de competencia determinan su poder económico y de expansión en el mercado. Cuando la empresa es eficaz y rentable se mira como la forma ideal de organización, como el paradigma a seguir y se cree que lo que es eficaz en la empresa puede serlo en cualquier otro ámbito. En la práctica empresarial todos los medios son correctos si éstos son eficaces, independientemente de que su actuar sea ético o no.

El movimiento de la economía del libre mercado e la economía del libre mercado ones políticas de cualquier gobierno, pero también se le considera que está fuera de la crítica moral, pues se cree que el mercado global se ha convertido no sólo en paradigma de eficacia, sino también de justicia; no se pone en duda su responsabilidad ética, porque se cree que su responsabilidad se limita al beneficio económico y al cumplimiento de las leyes. No obstante, es evidente que ni la empresa ni el mercado son éticamente neutrales, debido a las graves repercusiones de su inmensa capacidad de injerencia social.

En esta lógica de eficiencia y rentabilidad las empresas se preocupan por cada uno de los factores que puedan alterar sus ganancias económicas y la buena imagen social de la empresa se ha convertido en un factor muy importante para su posicionamiento en el mercado mundial. Por ello, las empresas han detectado la necesidad de hablar de ética, de elaborar códigos, de promover su “actuar ético” de esta manera, y para manifestar su “interés” por el asunto de la ética, organizan encuentros internacionales y foros empresariales sobre este tema.

Por ello al iniciar esta ponencia se afirmaba que la ética está en todas partes y que en distintos ámbitos se habla de ella. Pero, ¿cuál es el sentido de esos discursos sobre la ética?

Resulta claro que la ética está presente en gran medida, pero sólo como parte de la retórica discursiva y como un instrumento de la mercadotecnia, que a su vez se emplea para mejorar la buena imagen no sólo de la empresa sino también del quehacer político y económico. Así, es evidente y contradictorio que cuando más se habla de ética, la vida de la mayoría de los hombres es cada vez más inhumana, y, de igual forma es mayor, la injusticia, la desigualdad y la violación de los derechos humanos.

Sin embargo, y precisamente por estas graves circunstancias en las que se encuentra el mundo, es necesario e ineludible plantearse la pregunta por el sentido de la ética —no en la comprensión retórica y demagógica que impera en los discursos cuya finalidad es distinta al de un genuino impulso del actuar moral— sino en su sentido fidedigno que promueva una mejor forma de vida.

Por ello, es imperioso hablar de “la rentabilidad de la ética” para demostrar su incongruencia y hacer evidente su inmoralidad. La ética no persigue fines utilitarios como el de la ganancia económica. Es preciso denunciar como una práctica inmoral el que la empresa promoció su compromiso social con una idea falsa de su responsabilidad ética.

Es ineludible preguntarse por el genuino sentido de la ética y, sobre todo, comprometernos actuar éticamente.