

¿Es posible una ética profesional del empresario?

Carlos Molina Velásquez*

Puede que no sean muchos los empresarios que se consideran a sí mismos como profesionales. A veces sucede que la formación profesional del empresario pertenece a otro orden distinto al de la “administración de empresas”. Pero lejos de ser esto una señal de la separación entre ambos órdenes —el de los negocios y el profesional—, es posible sugerir una íntima imbricación. En primer lugar, ser profesional no quiere decir solamente que se comparte unos conocimientos y unas técnicas, o que se ha ido a adquirirlos a un centro de estudios superiores. También quiere decir que se realiza una actividad que la sociedad reconoce como algo “especial”, no realizable por otro, a quien también pueden faltarle aquellos conocimientos y técnicas. Este reconocimiento es el que posibilita las “licencias” que se adquieren para ejercer —con los matices del caso— la actividad en cuestión. En el caso del empresario, no resulta obligatorio que posea un título o una acreditación gremial, pero no cabe duda de que poseerlo(a) sí puede ser una gran ventaja, a la vez que un bien socialmente deseable.

Por otra parte, para quien ejerce su profesión no está dada ninguna prescripción especial más que la que se deriva del ejercicio propio de su saber, su técnica y su “creencia” (su “profesión de fe”). Estamos aquí ante la emancipación de aquel que sabe con respecto del que sólo dice qué hacer. Pero en principio no es ese un saber irresponsable o individualista, ya que “profesión” hace referencia a la tarea que contribuye al buen desarrollo del propio grupo, de la sociedad y, en fin, de la misma humanidad; una especie de vocación secular. Con esto último resulta evidente que estamos asumiendo el marco de interpretación propio de quien se considera hijo de la modernidad, con todo lo que eso implica. Pero con ello también comprenderemos me-

* Catedrático del Departamento de Filosofía, UCA. Correo electrónico: cmolina@buho.uca.edu.sv.

jor el carácter profesional de la actividad empresarial, ya que ésta no estaría desconectada del reconocimiento social y de las responsabilidades exigidas por el mundo circundante, tal como el lenguaje coloquial lo manifiesta al señalar que un empresario que procede de forma irresponsable o mendaz actúa “con poco profesionalismo”.

Es cierto que no todo empresario debería estar al mismo nivel de interpelación por parte de la sociedad. En esto resulta relevante el tipo de actividad mercantil, su tamaño o su importancia dentro de la sociedad en cuestión. Pero sí es cierto que todo aquel que se dedica a la actividad empresarial tendrá que rendir cuentas, en primer lugar, a su propia conciencia, la cual se encuentra especialmente provisionada con los conocimientos propios de las técnicas y la metodología empresariales, así como con los principios que emanan del ejercicio de sus tareas y de su importancia para la sociedad. Además, esta rendición de cuentas sería a todas luces incompleta si no es una respuesta a las indagaciones de los otros: los accionistas, los proveedores, los clientes, la comunidad que es afectada por sus actividades. Todo empresario se dará cuenta, tarde o temprano, que su responsabilidad no termina en sus propios proyectos o en los de sus allegados (*responsibility*), sino que se extiende hacia todos aquellos con los que está vinculado (*accountability*), incluso sin que se trate de un vínculo profesional.

Esto nos lleva a plantear que la ética profesional no es tanto algo que se vendría a imponer a la práctica empresarial, sino, más bien, el descubrimiento de algo propio, sacando a la luz aquello con lo que ya estamos familiarizados. Y esta familiaridad nos muestra que la ética en el ejercicio de la profesión no es mero altruismo que nos lleva ser mejores. Las experiencias nos enseñan que, más que tratarse de altruismo, estamos ante una serie de situaciones en las que el correcto comportamiento moral casi no puede separarse de lo que usualmente llamamos “realizar bien nuestra labor”. Podemos ir incluso más allá, y señalar que hay razones egoístas para proceder moralmente.

El “dilema del prisionero” es traído a colación cada vez que se quiere mostrar las ventajas egoístas de la cooperación. Dado que, en el largo plazo, la no cooperación es el germen de la venganza por parte del que se encuentra en desventaja, lo más prudente sería cooperar, aun en los casos en que esto signifique una desventaja en el corto plazo. Hay que notar que la prudencia (*phrónesis*) es una virtud señalada desde los tiempos de Aristóteles, y quién no sabe lo prudentes que pueden llegar a ser algunos empresarios, sobre todo cuando el ambiente circundante es hostil.

Debemos combatir la idea de que al actuar de acuerdo a unos principios morales se estaría desnaturalizando la función empresarial, pues el empresario no estaría obligado per se a comprometerse con ellos. Hay que proceder con cautela en este punto. La confusión surge al reducir la actividad empresarial a meros cálculos de corto plazo, fragmentarios. Si esto fuera únicamente lo que debemos considerar, entonces, ciertamente, el empresario per se no busca más que el lucro. En efecto, es frecuente escuchar que a quien participa en el mercado sólo se le pide que busque su propio interés. Pero el problema estriba en considerar a la actividad empresarial como algo desvinculado del conjunto de la sociedad. Contra las apologías de la irresponsabilidad, como las de Milton Friedman, diremos que la labor empresarial exige valores que trascienden los procedimentales o técnicos (eficiencia, conectividad, optimización). En el largo plazo, la transparencia, la confianza, la solidaridad y la búsqueda del bien común pueden ser inversiones más racionales.

Más aún, para un empresario “ser muy listo” es ya una forma de decir que se debe ser moral, pues realizar bien los negocios implica que se tiene la capacidad para realizar transacciones sobre la base de la buena práctica profesional y el respeto a la palabra dada, generando asimismo la confianza que es vital para la profesión. Si reparamos en los requerimientos que exige el empresario a sus clientes, proveedores y competidores (lealtad, transparencia e integridad), el asunto se nos

presenta aún más claro. Si nos parece extraña una buena relación con un cliente desleal, tampoco nos parecerá plausible que el cliente se sienta a gusto con un vendedor en quien no puede depositar su confianza acerca del producto ofrecido. Pero no es únicamente un caso de “equivalencias”, ya que la manera como el cliente actúa no es un asunto de responsabilidad profesional, pero sí lo es en el caso del empresario.

No es ocioso distinguir entre la situación de un empresario y la de un funcionario público. Más bien es imprescindible, entre otras cosas, para no exigir lo que no puede darse y a quien no puede darlo. No se puede pedir al empresario que se ciña a más normativas externas que las que ya encontramos en los marcos jurídicos de los Estados (Constitución Política, Código de Trabajo) o las que vemos implícitas en la cultura corporativa, institucional o gremial. Y si bien es cierto que las empresas están cada vez más interesadas en los códigos de ética, también lo es que tales códigos rara vez señalan explícitas responsabilidades en el orden de la información que debe proporcionarse a los clientes o a la sociedad, así como en el grado de transparencia que se espera en el trato con las autoridades públicas. Al contrario, es frecuente encontrar desde explícitas exhortaciones a la confidencialidad, hasta solapados guiños a favor del encubrimiento y la connivencia ciega, y todo “por el bien de la organización”.

Por otra parte, esto último no debe ser interpretado como una especie de contribución a cierto separatismo o provincianismo profesional, en el sentido de que el mundo de los empresarios sea dejado a la libre, ya que no podrían ver más allá de sus intereses mezquinos. Hay que evitar estos excesos recordando algo que ya insinuábamos antes, pero que tiende a dejarse en el olvido: no se pide al empresario que se ocupe más que de su propio interés, pero suponiendo que, para ocuparse cada uno de lo suyo, no basta con esperar que la maquinaria ubicua del mercado convierta todo ese egoísmo en bienestar para todos.

La misma exigencia por parte de los empresarios de que el Estado proporcione normativas claras, procedimientos jurídicos efectivos y garantías básicas son una buena muestra de que no hay que tomarse en serio las ideas sobre los mercados que automáticamente generan justicia. Bien por un mercado libre —libre de la burocracia, de los excesos del Estado, del ahogamiento de la libre iniciativa—, pero no entendiendo tal libertad, según diría Franz Hinkelammert, como una especie de selva del paleolítico o “Parque Jurásico”, en el que el más grande, no precisamente el más eficiente, se come al más pequeño, mientras los demás presenciamos el *show*. El mundo real no es *Discovery Channel*.

Ahora bien, esto nos motiva a desplazar nuestro discurso hacia el tema de las verificaciones y contrapesos. Los empresarios deberían trabajar para lograr buenas relaciones con todos aquellos grupos de interés (*stakeholders*) que les conciernen, sin confundir sus propias atribuciones y exigencias morales con las de aquellos. Deben saber hacer bien su labor y conocer lo más posible el marco ético, así como la cultura organizacional de la empresa a la cual se le presta el servicio o los valores de las comunidades a las que se les brinda un producto. Además, deberán estar en posesión del suficiente ingenio para hacer ver a los accionistas (*shareholders*) que tales labores de contraloría no tienen por qué estar reñidas con la libertad empresarial ni con la búsqueda de sus intereses.

Algo más: algunos de los más grandes teóricos del libre mercado y defensores de la búsqueda del interés propio fueron a su vez grandes partidarios de la ética y del ordenamiento moral, uno que garantice una sociedad armónica y justa. Adam Smith, Immanuel Kant, Jeremy Bentham... son nombres que nos hacen pensar en libertad, por supuesto, pero también en responsabilidad. Nada más lejos de sus ideas que un mundo de empresarios reacios a someterse al imperio de la ley y el orden —que no es necesariamente diferente del imperio de la razón humana—, y el cual pode-

mos ver encarnado en instituciones a quienes se les habría encomendado velar por dichos objetivos. Pero esa ley y ese orden no pueden ser impuestos a la fuerza, ya que, a largo plazo, los costos serán demasiado onerosos, sobre todo para quienes se han comprometido con la construcción de una sociedad cada vez más humana. No podemos abonar a un orden en el que se viva y trabaje bajo la sombra del miedo o en el que el seguimiento de la norma sea equivalente a la renuncia de uno mismo o de la legítima búsqueda del bien común.

Tampoco se trata de irse al otro extremo: libertad negativa que es equivalente a libertinaje, o hacer las cosas “a la salvadoreña”. Tal libertad, que algunos despistados —o cínicos— identifican con la “libre iniciativa empresarial”, no es más que una dulce y amarga quimera. Dulce para quienes pueden escapar, por el momento, a las fuerzas sociales que exigen comportamientos responsables. Amarga para el resto. Parafraseando a Ludwig Wittgenstein, podemos decir que la vida social —y la actividad empresarial en su seno— sólo es posible si uno confía en algo. Quien quiera ser auténticamente libre deberá confiar en unas reglas que deberá seguir en tanto todos estaríamos dispuestos a hacerlo, según criterios complejos pero no menos necesarios.

Verificar que las actividades empresariales sean transparentes dentro de un mercado cada vez más opaco; hacer el contrapeso a las tendencias disgregadoras de los que sólo quieren ver el premio al final del camino, no es poca cosa. Es equivalente, ni más ni menos, a confiar en el valor de la confianza. Esto no significa que debemos ignorar un marco jurídico mínimo o la instauración de códigos de comportamiento. Lo que sucede es que dichas reglas, más que apuntar al miedo, deberían estar animadas por la solidaridad responsable y la reproducción de relaciones mercantiles justas y abiertas.

Pero decir “códigos” es decir “reglas”. Y, desde el punto de vista moral, esto puede generar algunos malentendidos. En primer lugar, hay quienes desdeñan o minusvaloran el rol moral de las reglas en tanto son una especie de

constricción. Sin duda, algo de eso puede verse, aunque no en todos los casos. Kant matizó esto de manera impecable al sostener que toda regla debería ser referida a una máxima que fuera ley universal. Kant no creía que la libertad estuviera en peligro debido al cumplimiento del deber, ya que éste estaría fundamentado en un principio racional que garantizaría que todos lo asumieran (universalidad), sin importar de quién se trate (reversibilidad). Y dado que, según él, hacer lo correcto estaría a la base de la misma libertad, no habría contradicción entre la regla y nuestra libre voluntad. Claro que no era tan ingenuo como para ignorar que existen reglas arbitrarias (no racionales) o inexplicables (no razonables), como en el caso de las órdenes de un tirano a sus subalternos o las un padre autoritario a su hijo. Pero tal condición heterónoma de la moral no puede solucionarse derribando toda regla y proscribiendo toda ley (lo cual ya es en sí una ley). No. Más bien, de lo que se trata es de esforzarse por comprender la lógica interna de la regla, no de obedecerla a ciegas. Es decir, estamos llamados a ser autónomos.

No obstante, aun esto no evitaría el peligro de que el cumplimiento de la regla derive en cierto formalismo, algo así como la sola referencia a la máxima sin tomar en cuenta lo que pasa con los sujetos humanos concretos. Este rigorismo es matizado por algunos lectores de Kant, apelando a otra formulación de su imperativo categórico, que vendría a decir que nunca debemos tratar a ningún ser humano como un medio para fines que no son los suyos, sino como un agente perseguidor de fines, que se constituye él mismo en un fin para sí y para los demás. En tanto correctivo de la regla, no se trata de una regla más, sino de un criterio que permite evaluar todas las reglas. Esta relatividad de las reglas es clave. Después de todo, y como el jesuita indio Anthony de Mello recordó en alguna ocasión, para quebrantar una regla sólo basta con que la cumplamos al pie de la letra.

Es por ello que dentro de las instituciones se debe trabajar duro para crear confianza en la autoridad, en las reglas y en la racionalidad que subyace a las mismas. Esto es lo que