

A vueltas con el dilema altruismo o negocio



Jaime Urcelay,
presidente de Profesionales
por la Ética

Una perspectiva superficial del dilema inclina decididamente la balanza hacia el negocio porque -se dirá- las empresas están para ganar dinero y, por lo tanto, el altruismo, que está muy bien para otras realidades organizativas -en concreto, las ONGs- es algo ajeno al mundo empresarial.

Esta opción por la justificación negocio va en ocasiones aun más lejos: ante el hecho de que las políticas socialmente responsables de la empresa puedan parecer desinteresadas, se impone una inmediata aclaración de que esas políticas no se llevan a cabo por altruismo sino que en realidad se siguen porque son buenas para conseguir resultados.

El tema al que me refiero se aprecia de manera particularmente nítida en lo que afecta a las políticas socialmente responsables dirigidas al equipo humano. Si, por ejemplo, la empresa apuesta por la conciliación o la flexibilidad espacio-tiempo, no lo haría tanto por beneficiar a los empleados sino -se dirá- porque "así están más motivados y son más productivos"; si sus prácticas laborales impulsan la igualdad y la diversidad, nuevamente debe aclararse que ello redundaría en la fidelización del talento y, por ende, en la mayor competitividad de la empresa.

Uno de los debates recurrentes en torno a la RSE, desde su emergencia más o menos universal en la primera década del milenio, es si este enfoque de la gestión se justifica por razones de negocio o si, más bien, representa un impulso altruista.

Pero más allá de que esta respuesta forme parte de lo que podemos considerar saber convencional, creo que hay algo que no encaja en el planteamiento y es, sencillamente, el riesgo de que estemos llevando a cabo una pura y dura instrumentalización de la ética que se convierte así en una mera apariencia de ética, o, si se quiere, de estética o, peor aún, de cosmética. Una utilización interesada que, antes o después, estoy convencido se vuelve en contra de la credibilidad de la propia RSE y, en consecuencia, compromete su viabilidad futura.

¿Cómo salir entonces de este aparente dilema? Creo que el camino pasa, inevitablemente, por cuestionar el dualismo en sí mismo y, de una vez, perder el miedo a integrar de verdad la ética en la cotidianidad de la empresa. Es decir, considerarla no como un añadido -ya sea con sentido instrumental o postizo-forzado para poner límite a determinadas consecuencias no deseadas de los procesos económicos autónomos- sino como algo intrínseco a toda actividad humana y, por lo tanto, también a la economía y la empresa.

Aceptada esta relación orgánica, no yuxtapuesta, entre empresa y ética en la que la acción humana es el elemento central y común, debe aceptarse que no son solamente los elementos

con precio -es decir, los estrictamente rentables o útiles en términos de resultados monetarios- los únicos ni los necesariamente prioritarios en las decisiones empresariales. Y es que es propio de la acción humana buscar y procurar otros fines superiores que tienen precisamente que ver con la dignidad y el valor único y absoluto de cada persona. Sólo así puede ser de verdad humana...

Con este enfoque, que representa en definitiva el desafío de aceptar e interiorizar una ética amiga de la persona, podremos avanzar de manera consistente hacia una fundamentación adecuada de la RSE. Y sólo si ésta tiene raíces verdaderas, profundas, humanas, todos los beneficios que esta grandísima oportunidad representa permanecerán en el tiempo y se integrarán en nuestra cultura empresarial y en la mentalidad social. En otro caso corremos el riesgo de que en algún momento deje de considerarse "útil" y las empresas empiecen a prescindir de ella.

Debemos perder el miedo a integrar de verdad la ética en la cotidianidad de la empresa