

Presentación

¿A quiénes puede llamar la atención lo que aquí se trata?

Esta obra está concebida para dialogar con todas aquellas personas, hombres o mujeres, con *mentalidad empresarial*.

Se considera que una *empresa* es, o bien aquello que alguien se propone hacer, o bien el resultado de lo que se propuso llevar a cabo una persona o un conjunto de personas. Por ejemplo, se suele decir que fulano fracasó en *la empresa* de querer asociar a sus vecinos para la seguridad del barrio donde vive, o que Zutano tuvo éxito en *la empresa* de escribir un libro sobre economía.

Las empresas de la gente pueden dar como resultado la constitución de *instituciones estables*, que suelen ser personas morales o jurídicas, las cuales generalmente sobreviven a aquellos que las integran y que además no se confunden con ellos. Estas *instituciones estables* denominadas *empresas*, pueden tener finalidades económicas o de otra índole: científicas, políticas, religiosas, de beneficencia, culturales, educativas, etc.

La presente obra hará énfasis en la *empresa de carácter económico*, pero ello no obsta para que gran parte de sus consideracio-

nes sean aplicables a todo tipo de *empresa*, cualquiera que sea su finalidad.

Se trata de una obra de reflexión sobre la Ética y la Responsabilidad Social Empresarial, no de un trabajo de investigación sino de divulgación de algunos aspectos de la materia; es más una visión panorámica, un conjunto de apuntes para familiarizar con ellos a quienes tienen inquietud sobre el tema. Contiene innumerables citas de autores, algunos pueden llegar a pensar que son demasiadas, unas de primera mano y otras referenciadas por terceros, pero con ello se persigue la finalidad de poner al lector en contacto directo con las múltiples informaciones y opiniones que hay sobre los asuntos tratados, y facilitarle el observar prácticamente que no se trata de una simple exposición de ideas y reflexiones propias de quien redacta estas notas, sino que lo expuesto es compartido por un considerable número de autores, dentro de la gran comunidad de personas interesadas en la materia y que han tratado el tema.

En gran medida la estructuración de las ideas aquí expuestas fue surgiendo al calor de los diálogos sostenidos con la comunidad de jóvenes empresarias y empresarios que han iniciado su trasegar por el mundo de las actividades económicas y que han querido perfeccionar su formación académica cursando estudios de posgrado en las distintas vertientes de la vida empresarial.

¿Qué será eso de la mentalidad empresarial?

Generalmente se suele reservar el nombre de *empresario* para el ejecutivo que ocupa la cabeza en el organigrama de las unidades de producción económica que llamamos empresas.

Sin embargo en estas reflexiones se considera *empresario* a quien tiene *mentalidad empresarial*, es decir al hombre o a la mujer vinculados *vocacionalmente* a la actividad empresarial y que,

cualquiera que sea su nivel en la escala jerárquica de las decisiones en la empresa, *actúa en forma proactiva*.

Al hablar de *proactividad* no pretendemos acudir en forma pedante a un vocablo extraño o poco usado para desconcertar al lector; la palabra *proactividad* la acuñó Viktor Frankl, un famoso psiquiatra judío que logró sobrevivir a las torturas de los campos de concentración nazis, quien la definía como «la libertad de elegir nuestra actitud frente a las circunstancias de nuestra propia vida». Se trata, por tanto de una actitud según la cual la persona asume el pleno control de su conducta vital de modo activo, lo que implica tomar la iniciativa en el desarrollo de acciones creativas y audaces para generar mejoras, haciendo prevalecer la libertad de elección sobre las circunstancias de la vida.

La dinámica de una empresa en continua expansión y adaptación a nuevas circunstancias no requiere solamente del impulso de ese motor que ocupa en ella el lugar más alto y coordina el trabajo colectivo, a quien generalmente se suele denominar como gerente, sino que exige el interés, la iniciativa y la acción creativa de muchos dentro del conglomerado de todos los que laboran para el alcance de los objetivos de la empresa. Uno de los más sobresalientes aciertos de un buen directivo será saber incorporar a la institución el mayor número posible de personas con mentalidad empresarial.

En resumen, ¿quién tiene capacidad para asimilar estas reflexiones?

Una obra sobre *ética empresarial* interesará obviamente a los empresarios, a quienes tengan mentalidad empresarial, a quienes están interesados por la productividad, pero que además tengan sensibilidad y preocupaciones de orden ético.

Porque la productividad es esencial a la actividad empresarial, pero la ética también debe serlo. Desafortunadamente van por el

mundo, metidos en la vida de los negocios, muchos personajes que ni siquiera hacen distinción entre la disciplina que se llama moral y la mata que produce las moras. De ahí la gran diferencia entre la actividad verdaderamente empresarial y las organizaciones mafiosas.

Se suelen considerar organizaciones de tipo mafioso a los grupos que obtienen riqueza por medio de actividades ilícitas manejando el mismo esquema de la economía legal en sus mal denominadas *empresas* ilegales. Son organizaciones cuyas actividades consisten, por ejemplo, en el tráfico de drogas, la prostitución, la pornografía, el comercio ilegal de objetos arqueológicos, de arte o de ciertas especies de animales, el comercio de armas, el contrabando, la piratería, el secuestro, la *protección extorsiva* a comerciantes o empresarios agrícolas o de otra índole, etc.

Pero también y por extensión se ha venido aplicando el término *mafioso* a cualquiera de los métodos ilegales o poco claros en la actividad de los negocios. Sirven para ilustrar este asunto las acciones no éticas emprendidas, por ejemplo, por un conjunto de empresas cuyo objeto es honesto pero que en su actividad acuden a veces a prácticas no legales o no muy claras éticamente, como puede ser el hacer parte de un *cártel empresarial* o concentración horizontal de empresas de un mismo sector que se asocian para controlar los precios de sus proveedores, o para controlar los precios de la venta de sus productos en detrimento de los derechos de los clientes, y que lo hacen porque dada su posición dominante en el mercado tienen la capacidad de hacerlo; o la de un *cártel* de empresas que se propone a toda costa impedir el ingreso de la competencia a una determinada zona.

Estas y muchas otras acciones abusivas, injustas, ilegales o corruptas, no solo defraudan a multitud de personas que en la sociedad depositan su confianza en los empresarios sino que además

atentan contra el sistema económico mismo. La crisis económica mundial del 2008 fue un claro ejemplo de ello¹.

Es además absolutamente necesario que la persona de empresa tenga sensibilidad y preocupaciones de orden ético porque como anotaba un empresario mejicano, en la sociedad de hoy una de las grandes esperanzas está puesta en las empresas «porque los gobiernos, al reconocer que ellos no pueden ser la solución de todo, tienen que aceptar que la soberanía está a nivel del individuo, a nivel del ciudadano, y que la solución tiene que venir de la sociedad» ... «Es la oportunidad de la iniciativa privada, la oportunidad de la

1. GORBACHEV, Mikhaill. *Fusionando moralidad y capitalismo*; en «La crisis económica mundial». Ed. La Oveja Negra. Bogotá, 2008. pp. 199-203. Sobre la crisis económica mundial del 2008 anotaba Mikhail Gorbachev: «A medida que la crisis financiera global se profundiza, resulta claro que el colapso del mercado de valores no solo afecta a los ricos, cuyos estilos de vida muy difícilmente serán afectados, sino a millones de personas comunes que pusieron sus ahorros de toda la vida en el mercado.

«La codicia y la irresponsabilidad de unos pocos afectará a todos. Ningún país, ningún sector de la economía, podrán escapar a la crisis.

«La creciente crisis ha hecho que los encargados de tomas de decisiones se concentren en medidas inmediatas de rescate. Por supuesto, esas medidas son necesarias, pero también es necesario reconsiderar las bases del modelo socio-económico de la sociedad moderna. Inclusive, su filosofía. Pues esta sociedad se ha convertido en algo bastante primitivo. Se basa totalmente en el lucro, en el consumismo, y en la ganancia personal.

«Pero inclusive el gurú de la moderna teoría monetarista, Milton Friedman, al que tuve oportunidad de conocer, señaló que el hombre era algo más que un “Homo Economicus”. Y que la vida de la sociedad no puede reducirse al solo interés económico.

«Ha llegado el momento de combinar la moralidad y los negocios. Se trata de un asunto difícil. Por supuesto, los negocios tienen que prosperar, o desaparecerán. Pero decir que el único deber moral de un empresario es ganar dinero está apenas a un paso del lema “lucro a cualquier precio”. «Sin el componente moral, cualquier sistema está condenado a fracasar».

libertad y la responsabilidad del individuo y la oportunidad, por tanto, de la empresa y del empresario»².

2. BASAGOITI, José María. *El rendimiento social de la Empresa*. Cuadernos del Instituto Empresa y Humanismo No 18. Universidad de Navarra.