

¿Es rentable ser ético?

**BORJA
VILASECA**

“Buscando el bien de nuestros semejantes encontramos el nuestro” (Platón)

Las organizaciones son entes vivos: tienen muchos paralelismos con los seres humanos que las crean, las dirigen y las componen. Y ahora mismo, la gran mayoría de las empresas operan de forma inconsciente. Es decir, que toman decisiones y se desarrollan por pura inercia. Su día a día está gobernado por el estrés, la hipervelocidad, el cansancio, el automatismo y la reactividad. No saben cuál es el estado anímico de sus trabajadores. Ni se preguntan para qué sirven sus productos y servicios. Ni siquiera piensan sobre cuál es el impacto real que tienen sobre la sociedad. Tampoco les importa.

La gran mayoría de empresas no tiene ni quiere tener tiempo para reflexionar y cuestionarse su función y su funcionamiento. Lo único que les interesa es el lucro. Su objetivo vital es ganar cada vez más dinero, un comportamiento totalmente legítimo y comprensible. Al fin y al cabo, no están dirigidas por su conciencia, sino por su instinto de supervivencia. Tienen tanto miedo que sólo piensan en sí mismas. Todo lo demás les trae sin cuidado. Ésta es la esencia del denominado “egocentrismo empresarial”, cuya doctrina existencial es que “el fin justifica los medios”.

La gran mayoría de empresas son competitivas, ambiciosas y codiciosas. Y lo son porque creen que ésta es la mejor manera de sobrevivir. Están tan obsesionadas con el corto plazo, que se han convencido a sí mismas de que no pueden permitirse el lujo de ser éticas. Eso sí, por medio del *marketing* y la publicidad se esconden detrás de una máscara, fingiendo parecer lo que no son para gozar de una buena reputación social. No tienen ningún reparo en engañarse y corromperse, mintiendo y estafando descaradamente a la sociedad. Basta con hablar con alguno de sus

empleados para desenmascarar esta incómoda verdad.

La gran mayoría de empresas son como son y hacen lo que hacen porque no están en contacto con sus valores. Y por valores no nos referimos a conceptos etéreos que poner en un díptico o enmarcar en una pared. Los valores son la brújula interior que nos permite tomar decisiones alineadas con nuestra conciencia. Y para que una organización conecte con sus valores primero debe de conocerse a sí misma. Sólo por medio de este “autoconocimiento empresarial” puede descubrir su verdade-

que hacen, son víctimas de un virus letal: la epidemia de insatisfacción y malestar entre los profesionales que las componen, que merma año tras año su creatividad, su innovación y su capacidad de aportar

El mayor obstáculo para promover la gestión ética en la empresa es el obsesivo afán de lucro



GETTY IMAGES

ro propósito, respondiendo a la pregunta: ¿para qué quiero que sirva lo que hago?

En definitiva, la gran mayoría de empresas todavía no han encontrado su razón de ser. Y eso siempre genera un gran vacío. Por eso son tan pobres y están tan enfermas. Al no tener ningún sentido lo

valor añadido. De ahí su incompetencia a la hora de crear riqueza real para la sociedad. Y éste sí es un lujo que no van a poder permitirse por mucho tiempo.

La paradoja inherente a la mayoría de empresas es que a pesar de sus esfuerzos por sobrevivir, funcionan de tal modo que

están condenadas a desaparecer. Debido a su ineficiencia e improductividad son totalmente insostenibles. Además, la ignorancia de no saber quiénes son y la inconsciencia de no querer saberlo les lleva a huir de lo único que puede salvarlas: el cambio y la transformación de su cultura organizacional, un proceso más conocido como “desarrollo organizacional”, “humanismo empresarial”, “*management* consciente” o “liderazgo en valores”.

Eso sí, por más que se intente, la ética no puede enseñarse. Ni siquiera en las aulas de las más prestigiosas escuelas de negocios. Más que nada porque no tiene nada que ver con el conocimiento. Va mucho más allá de la moral, de lo que está bien o mal, de lo que debería hacerse... La verdadera ética es hija de la sabiduría: surge de forma natural cuando la organización se crea y se gestiona de forma consciente.

Preguntarse si la ética es rentable es absurdo e incluso vergonzoso. Es como si nos preguntáramos: ¿es agradable ser amable? De ahí que el objetivo del nuevo paradigma económico emergente es que la ética y la rentabilidad vayan de la mano. Sobre todo por cuestiones de eficiencia y sostenibilidad. Ahora mismo, el mayor obstáculo para poder promover una gestión verdaderamente ética en las organizaciones es el obsesivo afán de lucro en el corto plazo. La ética requiere de una estrategia que contemple el medio plazo, lo que permite establecer relaciones profesionales respetuosas e igualitarias, en la que todos los miembros salgan ganando. Y es que sólo por medio de la confianza, la cooperación y la vocación de servicio se alcanza la abundancia sostenible que persigue cualquier compañía.

El gran reto que propone la economía consciente que se avicina es emprender y liderar proyectos empresariales conscientes, que apuesten por crear valor a través de valores humanos. Y aunque no puede imponerse, sí puede enseñarse. Este aprendizaje surgirá cuando las empresas se den cuenta de que este cambio no es una opción moral, sino una necesidad para garantizar su supervivencia económica. El objetivo vital de este tipo de organizaciones ya no será ganar dinero, sino crear riqueza. Y al ofrecer servicios y productos realmente útiles y necesarios, el dinero será un indicador de que efectivamente lo están consiguiendo, convirtiendo la ética en sinónimo de rentabilidad. ■

Cursos Formativos Subvencionados

Cursos

Atención a Personas Discapacitadas

Atención Domiciliaria

Superior de Geriatría

(Acreditados por el Sistema Nacional de Salud)

Distancia/Semipresencial

Comercio Exterior

Gestión Ambiental

Monitor de Pilates M.A.T

Masters

Dirección de Personal y Asesoría Laboral

Dirección de Recursos Humanos

Relaciones Internacionales y Comercio Exterior

Solicite más información en los teléfonos:
91 559 54 27 / 902 111 903
www.infode.org

Infodé
Instituto de Formación y Desarrollo