TIEMPO ORDINARIO – DOMINGO XXV C

(19-septiembre-2004)

Jorge Humberto Peláez S.J.
jpelaez@puj.edu.co

- ✓ Las lecturas de hoy, en particular el texto del profeta Amós y el relato del evangelista San Lucas, nos hablan del dinero:

    - El dinero es un protagonista principalísimo de la historia humana, pues es la motivación, abierta o escondida, para emprender muchas acciones.
    - Por dinero se embarcaron los navegantes portugueses y españoles, y en sus viajes llegaron hasta la India y descubrieron el Nuevo Mundo.
    - Por dinero se emprenden las guerras. Los líderes políticos procuran maquillar sus intereses económicos, y para ello pronuncian emotivos discursos sobre la defensa de la democracia, sobre la salvaguardia de las libertades fundamentales, sobre la liberación de los pueblos. Pero detrás de estos discursos de fuerte contenido ideológico están el dominio de las rutas comerciales, el control del petróleo y de las materias primas esenciales.
    - Por dinero se dividen las familias y los hermanos dejan de hablarse. No importa que se trate de grandes fortunas o de un rancho miserable... Los efectos son los mismos.

- ✓ Estos ejemplos nos permiten reconocer las dos caras inseparables del dinero:

    - Por una parte, hay que reconocer que el dinero es esencial para tener acceso a los bienes fundamentales exigidos por la dignidad sagrada del ser humano. El dinero permite el acceso a la salud, a la educación, a un techo, a la recreación, etc.
    - Pero, por otra parte, el dinero desata las más bajas pasiones.

- ✓ Cuando las lecturas de este domingo nos hablan del dinero, están planteando un tema prioritario ayer, hoy y mañana. Por eso vale la pena meditar en este tema, que nos toca tan de cerca.

- ✓ Es posible reflexionar sobre el dinero desde muy diversos ángulos. Pero para no dispersarnos en esta meditación dominical, los invito a explorar una temática de enorme actualidad: la ética de los negocios. Así podremos iluminar un asunto de hoy con la luz que proporciona la Palabra de Dios.

- ✓ El interesante tema de la ética de los negocios, sobre el cual se está escribiendo muchísimo en las revistas de las principales Escuelas de Administración del mundo, lo vamos a desarrollar en dos puntos:

    - La ética de los negocios hace posible generar confianza.
    - La ética de los negocios exige crear un tejido social.

- ✓ Empecemos por el primer enunciado: **la ética de los negocios hace posible generar confianza:**

    - Cuando se produce un clima de confianza, hay inversión. Los capitales fluyen. Se crean nuevas empresas.
    - Por el contrario, la desconfianza frena las posibilidades de inversión. No se crean nuevas empresas. No se genera más empleo.
    - El clima de confianza es el resultado de la interacción de muchos factores. Pensemos, por ejemplo, en la seguridad, en la claridad en cuanto a las reglas del juego tributarias, en la coherencia de las políticas económicas del país.
    - Un elemento fundamental en la creación de un clima de confianza, además de los que acabo de enunciar, es la honestidad de la administración: si el público sabe que quienes toman las decisiones son honestos, si existe una Junta Directiva que no es una rosca de amigos, si se dan controles estrictos por parte de la Revisoría Fiscal y demás instancias competentes para ello, si los estados financieros no son maquillados sino que reflejan la realidad - si se dan estos elementos -, esa empresa, grande o pequeña, irá ganando confianza y así se irá consolidando a través del tiempo.
    - Por eso podemos decir que una gestión ética y honesta es el mejor negocio que puede hacer una empresa si quiere ganarse un espacio en la ciudad y en la región.

- ✓ Pasemos al segundo enunciado: **la ética de los negocios exige crear un tejido social:**
    - Es importante que los empresarios entiendan que la empresa no es simplemente una máquina que produce dinero, sino que su existencia depende de la construcción de una red de relaciones interpersonales que la haga posible.
    - Empecemos por los consumidores o clientes. ¿Qué esperan? Su expectativa primaria es que los productos y servicios sean de calidad. De ahí que la calidad sea un elemento central dentro de una ética de los negocios. Igualmente, el cliente espera que el precio sea razonable. Si estos dos factores, calidad y precio, se mantienen a lo largo del tiempo, la empresa se hace creíble y genera fidelidad en su clientela.
    - Continuemos con los empleados. Hay que poner todos los medios para que los empleados se sientan solidarios con su empresa. Este sentido de corresponsabilidad evitará confrontaciones desgastantes.
    - Para que los empleados se sientan solidarios con la empresa hay que ser delicadísimos en cuanto a la equidad: todos los miembros que trabajan en una misma empresa, independientemente de su ubicación en el organigrama y de su nivel salarial, están sometidos a las mismas reglas en cuanto a exigencias, estímulos y sanciones. Los privilegios son odiosos.
    - Digamos una palabra sobre las relaciones con la competencia. Es lamentable que los manuales de Administración utilicen un lenguaje de guerra para hablar de la competencia y fijen, como objetivo prioritario, la destrucción del enemigo. Cuando desaparece la competencia, el gran perjudicado es el cliente, quien se ve sometido a la dictadura del monopolio. Habría que buscar un mínimo ético en las relaciones con la competencia, que consistiría en unas reglas básicas para garantizar un juego limpio.

- ✓ Es hora de terminar nuestra meditación dominical:

    - El profeta Amós, en el lenguaje propio de su tiempo, denunciaba a los que aumentaban los precios y usaban balanzas y pesas alteradas tramposamente.
    - El evangelio nos decía que quien no es honrado en lo pequeño, tampoco será honrado en lo importante y grande.

- Estos juicios bíblicos sobre el dinero nos han inspirado esta meditación sobre la ética de los negocios.
- Hemos visto que un ejercicio profesional y una organización empresarial que respetan los principios éticos, se ganarán la confianza de sus clientes; hemos visto que unas relaciones interpersonales adecuadas con los clientes, con los empleados y con la competencia benefician la rentabilidad a largo plazo.
- Por eso podemos concluir que la mejor inversión que se puede hacer para ser exitosos en el mediano y en largo plazo es ser honestos en el ejercicio profesional y ser éticos en los negocios que emprendemos. La deshonestidad da utilidades en el corto plazo, pero después se devuelve contra sus promotores.
- No es fácil vender esta idea de la ética de los negocios en un país en el que los "traquetos" (es decir, los que se benefician del flujo de dinero que generan las drogas) son considerados como empresarios exitosos.