



# Ética, sostenibilidad y empresa

Por Francisco Lozano Winterhalder

**H**ace pocos años, hablar de sostenibilidad era poco menos que una utopía. Hoy por hoy, se ha convertido en un capítulo inexcusable para cualquier empresa. Sin embargo, el aspecto ético parece ser todavía una parcela que depende de lo personal. Al mismo tiempo, los escándalos de mala praxis corporativa invaden las primeras páginas de todo el mundo.

Conocido es el caso de BP (antes llamada British Petroleum), la empresa con sede en el Reino Unido, que produjo el vertido de crudo más importante de la historia al explosionar y hundirse la plataforma Deepwater Horizon en el Golfo de México el 20 de abril de 2010. Murieron once trabajadores y los daños al ecosistema marino siguen siendo aún visibles en toda el área geográfica afectada.

Existían dos métodos para afrontar el riesgo que implicaban las operaciones de dicha compañía. Eligieron el más económico y les salió mal. Dos años más tarde, el Departamento de Justicia de los Estados Unidos les imponía la mayor multa jamás impuesta en el país: 4.500 billones de dólares. ¿Valió la pena la elección de la opción más económica? Casos como este nos hacen vislumbrar que el mundo cada vez será más intolerante con las malas prácticas en todos los campos.

## Las raíces del problema

Pero, ¿dónde están las raíces del problema? Somos seres que procedemos de una evolución biológica. Nuestro cerebro, rector en definitiva de nuestras decisiones y de nuestro comportamiento, es el producto de cientos de millones de años de lenta progresión. Pero nuestra “caja de control” no es perfecta. Incluye partes que funcionaron muy bien en otras etapas de la historia de la vida, pero en la actualidad se han convertido en indeseables. Pensemos, por ejemplo, que en lo más profundo de nuestro cerebro hay algo así como el cerebro de un reptil. Este nos induce a conductas aún positivas para los seres humanos, pero también a otras que deberían haberse perdido ya en la noche de los tiempos. Sin embargo, las cosas no funcionan así. Permanecen en lo más íntimo de nuestro ser.

No obstante, aun siendo seres de conducta ambigua moralmente, hemos sabido permanecer en el tiempo a la par que nos extendíamos por todo el planeta, y todo gracias a algo que llamamos “cultura”. Entendemos por “cultura” el conjunto de artefactos e ideas creadas por cualquier sociedad humana en cualquier época de la historia. Esta ha sido la clave de nuestra capacidad adaptativa. Sin embargo, la cultura tiene y ha tenido dos caras —en paralelo claro está, con nuestra ambivalencia moral: la cultura de la muerte (las guerras y sus atrocidades y, en general, todo el mal que el hombre ha causado desde el inicio de su existencia, incluido claro está, el daño infringido gratuitamente a la naturaleza) y la cultura de la vida (todo el bien que el hombre ha hecho a lo largo de su devenir).

Es por ello que siempre he defendido que, proviniendo de una evolución biológica creadora de una cultura agrídulce en general, originada por un cerebro con dos caras, debemos caminar inexorablemente hacia una evolución ética. La evolución ética no significa adoctrinar a nadie. La ética es la reflexión sobre nuestras conductas y, por supuesto, la elección de los mejores caminos para uno mismo, para nuestros seres queridos y para con la comunidad.

# ¿Hablar de ética es hablar de cuentos de hadas?

En la defensa de una Máster Tesis en mi Facultad, una estudiante me hizo pensar bárbaramente: propuso que cualquier empresa se comportará de una forma moralmente correcta si esto está de acuerdo con sus objetivos –básicamente económicos, claro está–. En caso contrario, tendremos otro triste caso más de amoralidad empresarial. Me puse a pensar... Y, ¡por fin, se encendió la bombilla de mi mente!

La sostenibilidad, tal y como he defendido en anteriores artículos, significa siempre ahorro, y ahorro, incremento del beneficio. Así que, si las empresas son capaces de asumir la sostenibilidad como filosofía propia, no solo ahorrarán e incrementarán el beneficio, sino que además actuarán en la línea moralmente correcta que propone la sostenibilidad, simplemente porque la sostenibilidad les interesará por la ventaja económicamente competitiva que representa. O sea:

- **Desarrollando sistemas económicamente viables con el medio ambiente.**
- **Promoviendo el bienestar social de su entorno y más allá.**
- **Equilibrando sus actividades con los sistemas ecológicos en los que actúan.**

## ¿Pero alguien hace eso o simplemente lo dice y no lo hace?

Es cierto que hay miles de casos de *greenwashing* que platican sobre mil y un principios que luego no cumplen. Pero la gente no es tonta y cada vez va a ser más difícil este tipo de prácticas, a la par que la legislación será cada vez más exigente en estos casos.

Afortunadamente, la respuesta a la pregunta que planteaba al principio es “sí”, y cada vez más empresas hacen de la sostenibilidad, su bandera. Valga un ejemplo de ello, a continuación. En Barcelona, tenemos un hotel que actúa en dicha línea y le sale muy bien. No solo está certificado con las certificaciones medioambientales internacionales ISO 14001 y EMAS, sino que además participa en programas de empleo para personas en riesgo de exclusión social. La entidad colaboradora es una organización cuyo cometido es aportar personal al hotel para tareas de reciclaje.

Al mismo tiempo, el hotel trata de abastecerse de productos a través de entidades de comercio justo y de productos de proximidad. Un ejemplo de todo ello es la compra de productos derivados lácteos de una empresa local que solo da trabajo a personas con discapacidad. Estos productos son, además, de una calidad superior a los habituales en el mercado, ya que se trata de productos artesanales, mucho más naturales. Una labor informativa para con los clientes sella definitivamente su imagen corporativa ante la obviedad de sus compromisos correctos como empresa, ante la sociedad y el medio ambiente.

Hay quien dice que en el fondo todas estas cosas se hacen por motivos económicos. Aunque esto fuera cierto, que en su totalidad no lo es, ¿qué importaría? ¿Qué quiero decir con esto? Primero, que la empresa ha de actuar como empresa, no como entidad de caridad. Para esto último ya hay otras vías. Y en segundo lugar, que si esta es la vía para conseguir la sostenibilidad al principio, bienvenida sea. Poco a poco, todo ello se irá convirtiendo en la médula espinal de la empresa sin la cual ya no podría existir en el futuro. ©

Lea, comparta y descargue en [www.gestion.com.do](http://www.gestion.com.do)

**Francisco Lozano Winterhalder** es biólogo, Máster en Humanidades y experto internacional en medio ambiente y sostenibilidad