

# NOTAS Y RESEÑAS



**RESEÑA DEL LIBRO**  
***ÉTICA PARA LA EMPRESA***  
**DE FERNANDO SAVATER**

---

David Hernández Santes



## Reseña del libro *ética para la empresa* de Fernando Savater

David Hernández Santes\*

*Desde el punto de vista ético, se considera que toda fuente de riqueza es social y por tanto implica responsabilidades sociales en quienes se benefician de ella, tanto más cuanto más provecho obtenga.*

Ficha técnica. SAVATER, Fernando. *Ética para la empresa*. Penguin Random House Grupo Editorial Colofón, S.A. de C.V., México, 2015, 152 pp. ISBN 978-607-312-874-2.

Fernando Fernández-Savater Martín nació el 21 de junio de 1947 en San Sebastián, España. Fue profesor de filosofía en diversas universidades, y más tarde de ética en la Universidad del País Vasco (Euskal Herriko Unibertsitatea), convirtiéndose en un referente imprescindible para toda una generación de España por su amplia labor de divulgación y de crítica cultural. Publicó su obra *Ética para la empresa* en España, en el año 2014. Esta obra en recensión, cuya edición ha sido señalada en la

---

\* Licenciado en Derecho con Especialidad en Derecho Empresarial (Mención Honorífica) por la División de Estudios de Posgrado de la Facultad de Derecho de la Universidad Nacional Autónoma de México, UNAM. Además de lo mencionado, este autor tuvo una estancia académica en *University of California, Berkeley Law School*, mediante el programa *International Executive Legal Education*; estancia académica en *Stanford University* mediante el programa *Negotiation for Lawyers*; estancia académica en Universidad de Cantabria, España, mediante el programa de Derechos Humanos; certificado en Negociación y Elaboración de Contratos y Convenios Empresariales por el Instituto Tecnológico Autónomo de México, ITAM. Ha escrito diversos artículos sobre Derecho Empresarial. [dhsantes@gmail.com](mailto:dhsantes@gmail.com)

ficha técnica, consta de dos secciones, y cada sección con cuatro temas desarrollados (ocho capítulos) y denominados por su autor en el siguiente orden:

*La ética del empresario.*

1. *El empresario como héroe.* En nuestra época, si tuviéramos que identificar una figura emblemática probablemente tendríamos que elegir al empresario, al creador de actividad productiva y económica porque es el que de alguna manera todos quieren ser y alcanzar, y porque representa el nivel más alto, envidiable y logrado de la escala social.
  
2. *Las virtudes del empresario.*
  - a. *La audacia.* Quien al querer emprender cosas no es audaz no emprende nada. Sin un mínimo de audacia, de asunción de riesgo y de arrojo que implique pérdidas o ganancias, no se puede ser empresario.
  - b. *La capacidad de identificar el interés común.* Virtud del empresario es su capacidad de cooperación e imaginación para entender un interés común, un algo que no solo le interesa a él sino también a los demás.
  - c. *La prudencia.* Un empresario con una disposición próxima a la renuncia absoluta, a la santidad o a la generosidad sin cálculo evidente sería un mal empresario, un hombre imprudente; quizá salve su alma, pero perderá su empresa, y como de las empresas generalmente dependen familias, el trabajo de los empleados, podemos ver entonces las consecuencias de una imprudencia en el empresario.
  - d. *La responsabilidad.* El empresario tiene que responder, no puede sacrificar a los demás para ocultarse.
  - e. *La eficacia.* O la capacidad de generar ganancias es otra virtud propia del empresario.
  - f. *La ética de mínimos o la capacidad de establecer mínimos socialmente aceptables con los recursos humanos para el buen funcionamiento de la empresa.* La ética de máximos propone alcanzar la felicidad. La ética de mínimos es mucho más experimentada, más necesaria si se quiere, porque es una

ética cívica que busca establecer pautas para armonizar las diversas búsquedas de felicidad en cualquier sociedad. No propone formas para alcanzar la felicidad sino un conjunto de requisitos mínimos que cada cual debe respetar para que pueda buscar su felicidad sin hacerles daño a los demás. La ética de mínimos es una relación justa entre empresario y recursos humanos va más allá de lo legal. En estricto sentido, el empresario legalmente no tiene obligación alguna de atender los problemas personales o familiares de las personas que trabajan con él, pero son compromisos que en justicia debe asumir en parte, aunque no sea su obligación hacerlo.

g. *La confianza.* La auténtica confianza deriva de cómo gestiona sus asuntos y cómo concibe sus productos el empresario. Esta confianza no solamente es una virtud para que el empresario sea bueno, sino que es además una virtud necesaria para que el empresario pueda funcionar, porque si desaparece la confianza, desaparece la empresa también. Sin la confianza que tiene el cliente en los productos una empresa no puede prosperar. *Una virtud comercial.*

3. *Ética, aun en medio del holocausto.* La ética no es un lujo para tiempos mejores, ni para periodos más civilizados. Aquellas personas que por convicciones morales o por la simple rutina de toda la vida de comportarse de una cierta manera moral, tendrán mayor posibilidad de sobrevivir aún en medio de un holocausto. La ética se recomienda también para otras actividades, incluida la empresarial.

4. *La dimensión social del hombre.* En las funciones públicas del hombre lo importante es saber que somos egoístas y racionales. Por un lado, buscamos maximizar nuestro provecho y nuestros beneficios y, por el otro, tenemos razón suficiente para saber hasta dónde esa búsqueda nos podrá enfrentar a los demás. Esta división del egoísmo racional, que a veces parece despiadada y que no tiene porque ser incompatible con una visión de la importancia social de cualquiera de las actividades lucrativas, no sería muy racional si olvidara la dimensión social del hombre, básica en nuestra estructura y en nuestra actividad. Tampoco sería un buen egoísta quien ignorara hasta qué punto la capacidad de

comprender la realidad de los otros, la realidad de los deseos de los demás, la realidad de las exigencias de los otros, en última instancia de ponerse en el lugar del otro, es fundamental para el funcionamiento armónico de cualquier intercambio.

*Deontología empresarial.* La productividad, la responsabilidad social y los problemas de ética aplicada que presentan las empresas privadas, no son temas nuevos.

5. *Deontología de la empresa.* No todos los grupos tienen las mismas normas deontológicas. Hay comportamientos que son perfectamente permitidos a algunos grupos y que en otros representan una deficiencia o un problema ético. En el caso de la empresa privada, la productividad es uno de sus primeros principios deontológicos. El padre de este principio es Frederic Taylor, quien planteó la división del trabajo como forma de aumentar el rendimiento, haciendo así cada vez más microscópica la parte de responsabilidad de cada trabajador en el proceso productivo. El taylorismo se ha dulcificado con el tiempo, no por la bondad extraordinaria de los empresarios sino por la convicción de que en ocasiones la consideración de los factores humanos mejora y hace prosperar los rendimientos, y, también, de que olvidar la motivación individual no solamente es una crueldad con los trabajadores sino que en buena medida es una falta de conciencia y visión empresarial a largo plazo. Es por ello que otros promulgadores del movimiento empresarial –como Elton Mayo- han ido remodelando las concepciones tayloristas, preocupándose más por mejorar el nivel de vida de todos los miembros de la empresa, por mantener la educación permanente de los cargos directivos y otras concepciones que hoy ya hacen parte de la vida cotidiana de la empresa moderna.
6. *La decadencia del concepto de experiencia.* La experiencia no cuenta con gran aprecio en nuestra época: hoy se pretende encontrar a personas que se adapten a las máquinas o a las herramientas. Cuanta menor experiencia tengan será mejor porque les será más fácil adaptarse a una cosa nueva. Tampoco tiene que reciclar sus conocimientos, ni identificar los matices entre los diferentes lenguajes; solo tiene que aprender el conocimiento que le impone la nueva máquina, la nueva herramienta. Quien no tiene

ninguna experiencia propia también es mucho más obediente, pues lógicamente no tiene ninguna reserva de principios o de conocimientos que le permitan resistir o por lo menos plantear algunas alternativas a lo que se le dice u ordena.

7. *La experiencia y el mito del hombre nuevo.* Naturalmente es bueno crear bienes, pero es aún mejor colaborar en la creación de comunidad, en la creación de una sociedad armónica. En otras palabras, *la responsabilidad social* de una empresa significa que esta asume de manera decidida una posición a favor de la educación, al lado de la lucha no ya contra los hechos puntuales que muestran el doloroso rostro de la miseria y de la pobreza, sino también contra sus causas, contra las estructuras que de alguna manera reproducen eternamente los mecanismos de la pobreza. La asunción de esta posición no significa que la empresa renuncie a sus beneficios o a la potenciación y creación de espacios económicos. Simplemente es aceptar que si en una sociedad el conjunto de sus empresas no se une en torno a la responsabilidad social, en el corto plazo la situación podrá ser favorable, pero a largo plazo sería ignorar la catástrofe que se avecina cuando la mayoría de la sociedad se debate diariamente en condiciones extremadamente difíciles de subsistencia. Una empresa con responsabilidad social está a favor de contrarrestar los aspectos negativos que propenden por el caos y a favor de volver a atar los lazos sueltos y de potenciar todas aquellas tendencias positivas en la sociedad que no han sido apoyadas lo suficiente.
8. *El consecuencialismo.* ¿Hasta qué punto las buenas ideas y las buenas intenciones pueden tener buenas consecuencias? Esta es una de las preguntas centrales que toda empresa debe atender cuando inicia cualquier proyecto. Existe una doctrina de reflexión moral que se llama el consecuencialismo, dedicada a estudiar las consecuencias de las ideas aparentemente buenas. El consecuencialismo nos dice que las buenas ideas siempre deben ser contrastadas con las acciones que generan para corregirse o complementarse, de tal manera que lo que había empezado con buena intención no se convierta en un problema más grave del que se quería resolver.