

The Journal of PRIVATE ENTERPRISE

Volume XXIV, Number 2

Spring 2009

BUSINESS ETHICS

Making Room for Business Ethics: Rights as Metanorms for Market and Moral Values <i>Douglas B. Rasmussen and Douglas J. Den Uyl</i>	1
Retrieving Business Ethics from Political Philosophy <i>Alexei M. Marcoux</i>	21
Business as an Ethical Standard <i>William Kline</i>	35
What Business Ethics Can Learn from Entrepreneurship <i>Stephen R. C. Hicks</i>	49
ARTICLES	
The Effect of State Mandates on Health Insurance Premiums <i>Stephan F. Gohmann and Myra J. McCrickard</i>	59
Spatially Targeted Government Spending and Heterogeneous Constituent Cost Shares <i>John Charles Bradbury and E. Frank Stephenson</i>	75
Development and the Political Economy of Foreign Aid <i>Jason Sorens</i>	87
The Right of Private Judgment: Jonathan Mayhew's Religious Route to Political Individualism <i>J. Patrick Mullins</i>	101

Lo que la Ética Empresarial Puede Aprender del Emprendimiento

Stephen R. C. Hicks

Departamento de Filosofía y Centro para la Ética y el Emprendimiento
Rockford University, Illinois

Publicado por primera vez en *The Journal of Private Enterprise* 24(2), 2009, 49-57.
Traducido al Español por Walter Jerusalinsky, 2013.

Resumen

El emprendimiento se está estudiando cada vez más como un fenómeno económico fundamental y fundacional. Sin embargo, ha recibido menos atención como fenómeno ético. Gran parte de la ética empresarial contemporánea asume que sus propósitos centrales en el campo de aplicación consisten en (1) detener las prácticas *depredadoras* en los negocios y (2) fomentar *la filantropía y la caridad* por medio de las empresas. Ciertamente la depredación es inmoral y la caridad encuentra su lugar en la ética, pero ninguna de las dos cosas debe ser su *primera* preocupación. En cambio, la ética empresarial debería fundamentarse en los valores y las virtudes de los emprendedores, es decir, esos individuos productivos y responsables por sí mismos que *crean valor e intercambian* con otras personas para mutuo beneficio, ganar/ganar.

Códigos JEL: A12, A13, L26 **Palabras clave:** Emprendimiento, Ética, Ética de la Virtud

I. Tres tipos de carácter: Carly, Tonya, y Jane

El emprendimiento se está estudiando cada vez más como fenómeno económico fundamental y fundacional. Schumpeter (1950) y Kirzner (1973) fueron los pioneros, y sus sucesores han generado una literatura considerable. Sin embargo el emprendimiento ha recibido menos atención como fenómeno moral, y en consecuencia, también una menor presencia en la literatura sobre ética empresarial.

Consideremos la condición moral del emprendedor en contraste con otros dos tipos de carácter.

1. *Carly*: Como estudiante, Carly trabajó duro y recibió buenas calificaciones. Después de su graduación ella tomó un trabajo, pero al mismo tiempo ahorró dinero y elaboró su plan de negocios. Cuando se sintió lista, dio el salto emprendedor y comenzó su propio negocio, que se desempeñó con éxito.

Unos años más tarde, lo vendió por U\$S 10 millones. Ella ahora está viviendo una buena vida viajando por el mundo, construyendo la casa de sus sueños, llevando adelante a su familia, y manejando su cartera de inversiones.

2. *Tonya*: Tonya también trabajó duro en la universidad y, al graduarse, comenzó a trabajar en una institución financiera. Allí ella descubrió un defecto en los procedimientos de flujo de fondos que le permitió desviar en forma anónima U\$S 10 millones a un banco offshore, del cual fue rápidamente transferido a través de varios países del Caribe y bancos suizos, para terminar en una cuenta sólo conocida por Tonya. Un año después, ella renunció a su cargo en la institución financiera y ahora está viviendo con discreto lujo en algún lugar de Europa.

3. *Jane*: Mientras estuvo en la universidad, Jane estudió artes liberales y se graduó con un buen título. Por desgracia, en el verano siguiente a su graduación sus padres murieron repentinamente. Afortunadamente sin embargo, le dejaron U\$S 10 millones en su testamento, de los cuales Jane inmediatamente donó U\$S 9.9 millones a organizaciones benéficas dedicadas a los desamparados, a las víctimas de las inundaciones, y para la plantación de árboles en la selva brasileña. Jane invirtió los restantes \$ 100.000 en un certificado de depósito con un rendimiento del 8% anual, ingreso que le permite vivir con frugalidad y sin demasiada incomodidad.

Formulemos ahora la pregunta ética: ¿Cuál de los tres tipos de carácter es el más moral? ¿El de quién debemos impulsar como el ideal? ¿Debemos enseñar a nuestros hijos y alumnos a admirar y a tratar de ser como Carly, como Tonya, o como Jane? Los tres requieren fortaleza: no es fácil construir un negocio exitoso. No es fácil elucubrar una estafa y salirse uno con la suya. Y no es fácil regalar a los demás casi todo el dinero que uno tiene.

Tonya es representativa de una ética depredadora: ella perjudica a los demás y utiliza los ingresos ajenos para beneficiarse a sí misma. Ella es representativa del juego de suma cero, ganancia-a-costa-de-los-demás, práctica ampliamente condenada en la literatura de ética empresarial.

Jane es representativa de una ética altruista: es abnegada, y da desinteresadamente lo que tiene a otros miembros de la sociedad, conservando sólo lo mínimo para ella. Ella es representativa de las prácticas de “justicia social” ampliamente elogiadas en la literatura de ética empresarial.

Carly es el prototipo del emprendedor y es representativa de una ética egoísta de auto-realización. Ella *crea* valor, comercia con otras personas, y vive la vida de sus sueños. Sin embargo, ella no es mencionada en la literatura de ética empresarial. Ella es la mujer invisible.

Y sin embargo, los rasgos de carácter y las actividades productoras de valor de los emprendedores modelan una ética, al menos en forma implícita. Para poner en términos explícitos esta ética, comencemos por una descripción normalizada del emprendedor.

II. El Proceso del Emprendimiento

El proceso del emprendimiento empieza con una *idea fundamentada y creativa* para un nuevo producto o servicio. El emprendedor es *ambicioso y audaz* y toma la *iniciativa* de materializar su idea en una nueva empresa. Con mucha *perseverancia, ensayo y error*, el emprendedor *produce* algo de valor asumiendo un rol de *liderazgo*, mostrando a los consumidores el valor del nuevo producto y mostrando a los nuevos empleados cómo producirlo. El emprendedor *comercia* con esos clientes y empleados para obtener resultados de *beneficio mutuo*. Como consecuencia el emprendedor logra *el éxito y disfruta de los frutos* de su realización.

Expandiendo cada uno de los elementos señalados en cursiva en la anterior descripción:

Los emprendedores generan ideas de negocios y deciden cuáles de esas ideas valen la pena. En el proceso de dar con *ideas fundamentadas y creativas*, los emprendedores nos hablan de visión, de “pensar más allá,” de imaginación, de activación de la mente, y de “momentos de iluminación.” Habiendo generado las ideas, nos hablan sobre ejercitar el juicio: ¿Cuáles de esas ideas son realmente buenas? ¿Puede el producto o el servicio ser desarrollado desde el punto de vista técnico? ¿Se va a vender? ¿Qué resultados arroja la investigación de mercado? En los emprendedores se manifiesta un compromiso con el logro cognitivo: el juego intelectual, la investigación, la experimentación y el análisis.

La ambición es el impulso que se siente por alcanzar los propios objetivos, por ser exitoso, por mejorarse uno mismo, por estar mejor, por ser lo mejor que uno puede ser. Los emprendedores sienten algo más que la generalmente abstracta y ociosa expresión de deseos que experimentan muchas personas — “¿No sería bueno si yo fuera rico e independiente?” Los individuos ambiciosos sienten con fuerza la *necesidad de* lograr sus objetivos.

El emprendimiento requiere de *iniciativa*. Una cosa es tener un buen plan de negocios y otra cosa es convertir ese plan en realidad. Los emprendedores son personas que se impulsan a sí mismos y se hacen el compromiso de convertir en realidad sus buenas ideas.

Una nueva empresa implica aventurarse en lo desconocido, estar dispuesto a encarar los obstáculos — incluyendo la posibilidad de ser objeto de rechazo y burla — y la posibilidad del fracaso. En consecuencia, la actividad emprendedora requiere *coraje* — estar dispuesto a enfrentar riesgos calculados, siendo consciente de las posibles lados negativos pero sin permitir que el miedo al fracaso o la desaprobación lo dominen a uno en la toma de decisiones.

El éxito en el emprendimiento casi nunca es fácil ni se da de la noche a la mañana, el éxito es el resultado de aferrarlo a largo plazo atravesando las dificultades. Es decir que *la perseverancia* es esencial. Los emprendedores deben perseverar a través de los obstáculos técnicos en el desarrollo de sus productos, enfrentando detractores que dicen que no se puede o que ponen

otros obstáculos, y enfrentando a sus propias dudas sobre sí mismos. Los emprendedores deben ser disciplinados en el corto plazo y saber mantener sus motivaciones de largo plazo siempre presentes en su pensamiento.

El proceso de desarrollo es casi siempre de *ensayo y error*, lo que requiere que el emprendedor haga ajustes basados en la experiencia que se obtiene. Los emprendedores exitosos ajustan según la retroalimentación que reciben del mundo real, lo cual requiere ser capaz de reconocer los errores y de incorporar los hechos nuevos que se conocen en vez de ignorar obstinadamente todo lo que perciba como una amenaza a sus ideas favoritas.

Productividad: El proceso de desarrollo, con suerte, culmina en un producto que funciona. Si es así, el emprendedor ha agregado valor al mundo por la creación de un nuevo bien o servicio, habiendo logrado que funcione en forma consistente, produciéndolo en cantidad, y continuando más tarde con las mejoras en su calidad.

Aquellas personas que tratan con el emprendedor, ya sea como clientes, como empleados o como inversores de capital de riesgo, se involucran en *tratos de beneficio mutuo*, canjeando valor por valor. En lo social, el comercio es un proceso por el cual se trata con otras personas sobre una base pacífica y en virtud del mérito productivo. Requiere proteger los propios intereses y respetar que la otra parte defienda los suyos, ejercitando las habilidades que uno tiene para la negociación, la diplomacia y, cuando fuera necesario la dureza, con el fin de lograr un resultado mutuamente beneficioso. Los emprendedores también agregan valor aportando *liderazgo* al negocio. Los emprendedores están creando algo novedoso, por lo que son los primeros en transitar por un nuevo camino. Aquellos que van primero por un camino establecen un ejemplo a ser seguido por otras personas y, especialmente en el caso de un nuevo producto o servicio, deben mostrar a los nuevos clientes el valor de ese nuevo producto o servicio, y deben enseñar a los nuevos empleados cómo producir el nuevo producto o servicio. En consecuencia, los emprendedores deben desplegar su liderazgo para señalar a otras personas el camino que no existía antes, motivarlos durante el proceso de aprendizaje, y promover la innovación. Parte del negocio, entonces, consiste en que al cliente o al empleado se le señala una nueva oportunidad y se lo habilita para aprovecharla, y el emprendedor por su parte recibe una recompensa por ello.

Finalmente, el emprendedor experimenta *el éxito* y el *gozo* del éxito. El éxito en el emprendimiento brinda recompensas tanto materiales como psíquicas — los bienes que pueden conseguirse con el éxito financiero así como el sentimiento de independencia y de seguridad financiera que vienen junto con el éxito. Y por supuesto está la recompensa psicológica del logro por sí mismo: experimentar un mayor auto-respeto y la emoción por la realización y cumplimiento de lo que uno ha creado.

III. Emprendimiento y Ética de las Virtudes

Hasta aquí he esbozado el proceso emprendedor en términos de rasgos de carácter y acciones que conducen al éxito en el emprendimiento. ¿Qué tiene esto que ver con la moralidad?

Uno de los principales enfoques de la ética es el de las virtudes. Las virtudes son rasgos de carácter que guían acciones dirigidas a buenos resultados. La literatura ética está poblada con muchos enfoques que compiten por establecer cuáles deberían ser esos buenos resultados, y en consecuencia, por enfoques que compiten por establecer qué virtudes debemos sostener. Algunos especialistas en ética de las virtudes afirman que el carácter es prioritario en la valoración ética, por encima de reglas o principios, acciones y consecuencias. Dejando a un lado la cuestión de qué virtud es prioritaria, mi preocupación aquí es conectar los rasgos del éxito emprendedor con las virtudes correspondientes.

Si pasamos en limpio los rasgos de carácter del emprendedor en términos de *virtudes* — es decir, en términos de los rasgos de carácter y compromisos que habilitan y constituyen la buena acción — podemos hacer las siguientes conexiones:

El emprendedor que genera y evalúa ideas fundamentadas y creativas se conecta con la virtud de la *racionalidad*. La racionalidad es el compromiso con el pleno ejercicio de la propia razón. El pensamiento activo y creativo inicial del emprendedor es una función de la razón, como lo es su ejercicio del juicio valorativo aplicado a determinar cuáles ideas de negocio son realmente buenas.

La ambición del emprendedor y su pulsión por el éxito se conectan con la virtud del *orgullo*. El orgullo tiene aspectos que miran hacia el futuro y otros que miran hacia el pasado (por ejemplo, el sentirse orgulloso de lo que uno *ha* logrado). El aspecto orientado hacia el futuro es el que resulta relevante aquí. Sentir orgullo por uno mismo significa querer lo mejor para la vida de uno, lo que implica sentirse comprometido por alcanzar lo mejor en la propia vida. Por ejemplo, sentir orgullo por la apariencia personal significa querer verse lo mejor posible, lo que implica un compromiso con la salud, la higiene, y el estilo. La pulsión del emprendedor hacia el éxito es una consecuencia de sentir orgullo por el aspecto profesional de su vida.

La iniciativa que manifiesta el emprendedor como individuo proactivo y su compromiso por llevar su plan de negocios a la práctica, se conectan con la virtud de la *integridad*. La integridad es la política de actuar sobre la base de lo que uno cree que es verdadero y bueno. Es llevar el pensamiento a la práctica. Es decir, es integrar nuestros pensamientos con nuestras acciones, o integrar nuestras creencias acerca de lo que es el bien con nuestras acciones para traer a la existencia ese bien desde el plan.

El compromiso del emprendedor con la acción, a pesar del temor que genera el hecho de estar consciente de los riesgos, se conecta con la virtud del *coraje*. *El coraje* es la virtud de comprometerse en una acción que uno juzga

acertada estando consciente, tanto intelectual como emocionalmente, de las posibilidades de fracaso.

La perseverancia del emprendedor a través de las dificultades, la desaprobación y otras tribulaciones temporarias, se conecta con la virtud de la *independencia*. La independencia es la virtud de confiar en el propio entendimiento y de actuar sobre la base del mejor juicio que uno puede hacer, a pesar de las frustraciones de corto plazo o las opiniones contrarias de otras personas.

El trabajo que hace el emprendedor a través del proceso de ensayo y error durante el desarrollo del producto se conecta con la virtud de la *objetividad*. La objetividad es tener la política de guiar los propios pensamientos por el mejor conocimiento que uno tiene de los hechos, de estar abierto a incorporar nuevos hechos, o, para ponerlo en forma negativa, de no ponerse anteojeras intelectuales ni eludir las respuestas incómodas que devuelve la realidad. Un elemento constitutivo de la objetividad es la virtud de la *honestidad*, tener la política de no pretender hacia uno mismo o hacia los demás que los hechos no son los hechos.

La eficacia productiva del emprendedor se conecta a la virtud de la *productividad*. La *productividad* como virtud es un compromiso con la creación de valor, por ser auto-responsable por traer a la existencia lo que uno necesita y desea.

El intercambio de valor por valor del emprendedor con sus clientes y empleados se conecta con la virtud de la *justicia*. La justicia es un compromiso por juzgar e interactuar con las personas de acuerdo a sus méritos, y un compromiso correlativo a ser *uno mismo* juzgado y tratado sobre la base del propio mérito. La virtud de la justicia aplicada a las transacciones en los negocios significa que se entra en esas transacciones en forma voluntaria, es decir, sobre la base del juicio independiente de cada parte involucrada, y que los términos del intercambio son establecidos de acuerdo al juicio independiente de cada parte sobre los méritos del trato en sí.

Y, finalmente, el logro del éxito del emprendedor, incluyendo los beneficios económicos y psicológicos que obtiene por la creación de un negocio próspero, se conecta con los valores morales generales de la *prosperidad, la felicidad y la realización*. Prosperidad o felicidad, es el estado de vivir exitosamente. En la medida en que la vida de negocios de una persona es un componente de la vida de esa persona en general, el compromiso del emprendedor con las acciones que conducen a prosperar en los negocios es un componente de una vida próspera en lo general. Las acciones del emprendedor, constituyen tanto como dan lugar a una vida plenamente realizada.

Resumiendo todo lo anterior en una tabla, obtenemos lo siguiente:

Tabla 1:

Rasgos del carácter emprendedor y virtudes morales correspondientes

Rasgo empresarial:	Virtud Moral:
Conocimiento y Creatividad	Racionalidad
Ambición	Orgullo
Agallas	Coraje
Iniciativa	Integridad
Perseverancia	Independencia
Ensayo y error	Objetividad (incluyendo Honestidad)
Eficacia Productiva	Productividad
Intercambios de valor por valor	Justicia

Consecuencia emprendedora:	Valor Moral:
Experiencia y goce del éxito	Autoestima, Orgullo, Prosperidad

IV. Un Código de Ética basado en el Emprendimiento

En conjunto, las virtudes y valores que figuran en la columna derecha de la tabla constituyen *un código emprendedor para la ética de negocios*. Ese conjunto de virtudes es una abstracción de la descripción de la actividad en el emprendimiento. Los pensamientos y las acciones de los emprendedores son elementos particulares de un conjunto general de rasgos de éxito. Esos rasgos de éxito del emprendedor son elementos particulares de un conjunto general de virtudes.

En términos históricos, la lista de virtudes es muy aristotélica (Aristóteles, 1984; véase en especial las discusiones de Aristóteles sobre el coraje en el Libro III, sobre el orgullo como la “corona” de las virtudes, sobre la veracidad y sobre la liberalidad con respecto al dinero en el libro IV, sobre la justicia en el Libro V, y *phronesis* o sabiduría práctica en el Libro VI de la *Ética a Nicómaco*), y la lista también es muy objetivista (Rand, 1964).

Una consecuencia importante de lo anterior es que una ética del emprendimiento contrasta con fuerza contra los códigos de ética dominantes en la literatura tradicional y corriente de ética empresarial. Un supuesto asumido en gran parte de la literatura es que el éxito según los criterios de los negocios y el éxito según los criterios éticos son cosas diferentes. Una consecuencia de este punto de vista es que los negocios son amorales y que la ética es algo que debe ser importado o injertado en ellos, o en el caso de ópticas más extremas,

que los negocios son inherentemente inmorales y que el propósito de la ética es refrenarlos o restringirlos.

Por el contrario, el código de las virtudes del emprendedor conecta positivamente los negocios con la ética. En él se establecen las bases para una ética empresarial que parte de la premisa fundamental de que la práctica emprendedora exitosa contiene *interiormente* los recursos para desarrollar tal ética. Los emprendedores son personas que están orientadas hacia el éxito práctico. Los compromisos asumidos y los rasgos que les permitan alcanzar el bien, es decir, el éxito en la vida, son virtudes. Y las virtudes son la materia prima de la moral y de la ética. El emprendimiento es un vehículo particular para la actividad moral.

O para decirlo de otra manera: Cuando enseñamos las habilidades necesarias para el éxito práctico en los negocios, enseñamos la lista de la parte izquierda de la tabla. Cuando enseñamos virtudes morales, lo que enseñamos es la lista de la derecha. Y vienen a ser lo mismo: la moral *es* la práctica.

Otra implicación de lo anterior tiene que ver con completar la argumentación a favor de una sociedad libre. El teórico en ética debe ser un aliado del economista y del teórico político en esa argumentación. Los economistas trabajan los aspectos comerciales para una sociedad libre, y los teóricos en ciencias políticas trabajan sus requisitos constitucionales y de límites al gobierno. Sin embargo, mientras que los economistas y teóricos políticos de la sociedad libre han hecho un excelente trabajo, menos se ha conseguido en relación a la articulación, la argumentación y la defensa de una ética para una sociedad libre, y esto incluye a su ética de los negocios.

James Buchanan hizo la siguiente observación:

“Nosotros, los verdaderos liberales estamos fracasando en salvar el alma del liberalismo clásico. Los libros y las ideas son necesarias, pero no son suficientes para asegurar la viabilidad de nuestra filosofía. No, el problema radica en la presentación del ideal. Mi mayor tesis es que el liberalismo clásico no puede asegurarse suficiente aceptación pública cuando las voces que lo defienden se limitan a pragmáticos del “¿Cómo funciona?”... Una visión, un ideal es necesario. La gente necesita algo que anhelar y por lo que luchar. Si el ideal liberal no está, habrá un vacío y otras ideas tomaran su lugar. Los liberales clásicos han fracasado en la comprensión de esta dinámica” (Buchanan, 2002).

El éxito emprendedor no es la totalidad de la ética, pero es un buen punto de partida para la ética empresarial. Los códigos éticos son importantes en lo *social*: Desarrollamos sistemas políticos y económicos para producir y proteger lo que creemos que es el bien y lo que creemos que es el bien depende de nuestro código moral. Y los códigos morales son cruciales *en lo personal*: el

código de moral que uno tiene es nuestra guía espiritual — es aquello que uno piensa que lo mejor, lo más alto y lo más noble que define quién es uno y que hace emerger lo mejor de uno. Necesitamos un código moral que idealiza a las Carlys — no un código moral que nos impulsa a ser como las Janes o que se limita a atacar a las Tonyas.

La tesis fundamental de un código de ética del emprendimiento es que la ética empresarial debe centrarse en primer lugar en la creatividad, la productividad y el intercambio comercial. Los comerciantes creativos, productivos son individuos morales altamente realizados. Esto significa que la ética empresarial debe tomar seria y fundacionalmente al emprendimiento como fenómeno moral.

Referencias

- Aristóteles. 1984. *Ética a Nicómaco*. En *Las obras completas de Aristóteles*, editado por Jonathan Barnes. 2 vols. Princeton: Princeton University Press.
- Buchanan, James. 2002. “Salvar el alma del liberalismo clásico.” *The Wall Street Journal*, 1 de enero.
- Kirzner, Israel. 1973. *La competencia y el espíritu empresarial*. Chicago: University of Chicago Press.
- Rand, Ayn. 1964. “La ética objetivista.” En *La virtud del egoísmo*. New York: New American Library.
- Schumpeter, Joseph. 1950. *Capitalismo, socialismo y democracia*. 3ª ed. New York: Harper & Brothers. Véase especialmente el capítulo VII.