

«La vocación del líder empresarial» o: «Esa economía mata.»

Discurso

con motivo del

**Congreso de primavera de la Unión de Empresarios Católicos (BKU, por
sus siglas en alemán) de 2014 en Espira**

por

el obispo emérito Adrianus van Luyn SDB

El documento *La vocación del líder empresarial* del Pontificio Consejo «Justicia y Paz» ha llamado la atención y encontrado un eco positivo entre empresarios y representantes de la economía. Se ha interpretado como un mensaje alentador y efectivamente así había sido concebido.

También la carta apostólica *Evangelii Gaudium* del papa Francisco ha causado revuelo entre los representantes de la economía, aunque aparentemente provocó incertidumbre, entre otros motivos por el hecho de que en algunas partes parece mostrar ciertas contradicciones con las afirmaciones sostenidas en *La vocación del líder empresarial*.

En mi ponencia aspiro a establecer una correlación entre ambos documentos y aclarar que es posible resolver las aparentes contradicciones.

En primer lugar, quisiera destacar que también el papa Francisco describe la vocación del líder empresarial como una vocación noble. Es lamentable que en este sentido la traducción al alemán no lo deje tan claro como su versión en idioma inglés. En inglés, se manifiesta:

«Business is a vocation, and a noble vocation, provided that those engaged in it see themselves challenged by a greater meaning in life; this will enable them truly to serve the common good by striving to increase the goods of this world and to make them more accessible to all.»

Esta frase se tradujo al alemán de la siguiente manera:

«Die Tätigkeit eines Unternehmers ist eine edle Arbeit, vorausgesetzt, dass er sich von einer umfassenderen Bedeutung des Lebens hinterfragen lässt; das ermöglicht ihm, mit seinem Bemühen, die Güter dieser Welt zu mehren und für alle zugänglicher zu machen, wirklich dem Gemeinwohl zu dienen.» (La actividad de un empresario es una noble tarea, siempre que se deje interpelar por un sentido más amplio de la vida; esto le permite servir verdaderamente al bien común, con su esfuerzo por multiplicar y volver más accesibles para todos los bienes de este mundo.)

A mí parecer, es importante no hablar solamente de la «actividad» del empresario, sino de su «vocación», ya que esta palabra alude también a la dimensión «espiritual» del quehacer empresarial.

En *La vocación del líder empresarial*, se señala al respecto:

«La vocación del empresario es un genuino llamamiento humano y cristiano. Difícilmente puede sobreestimarse su importancia en la vida de la Iglesia y en el mundo económico.» La palabra «vocación» expresa en este contexto la posibilidad para que los líderes económicos descubran su rol en el plan de salvación de Dios para este mundo. Responsables ante Dios, se les asigna la misión de configurar la economía de acuerdo a los principios de la dignidad humana y del bien común.

Esto es especialmente válido para aquellos líderes económicos cristianos que son dotados de una profunda sensibilidad frente al llamado de Dios a colaborar en su obra de creación mediante la

fundación de empresas concebidas como organizaciones productivas. Al darse cuenta de ello, también comprenderán la grandeza y la enorme responsabilidad que surge de este trabajo.

A continuación, en *La vocación del líder empresarial* se sostiene:

«Cuando las empresas y las economías de mercado funcionan correctamente y se centran en servir al bien común, ambas realizan una gran contribución al desarrollo material e incluso al bienestar espiritual, de la sociedad. [...] La vida de la población mejora significativamente en los sitios donde hay empresas exitosas. En cambio, cuando las empresas fracasan, suele sufrir grandes daños. [...] Sin principios rectores ni líderes virtuosos, las empresas pueden convertirse en sitios donde la conveniencia se anteponga a la justicia, el poder corrompa la sabiduría, los instrumentos técnicos estén distanciados de la dignidad humana, y el egoísmo margine al bien común.»

En *Evangelii Gaudium*, el papa Francisco, a mi parecer, no sostiene otra cosa, y solo se diferencia por usar un tono más severo, o bien, más agitador. También en este contexto resulta interesante comparar la traducción alemana y la inglesa. En el texto en alemán, se sostiene:

«Ebenso wie das Gebot „du sollst nicht töten“ eine deutliche Grenze setzt, um den Wert des menschlichen Lebens zu sichern, müssen wir heute ein „Nein zu einer Wirtschaft der Ausschließung und der Disparität der Einkommen“ sagen. Diese Wirtschaft tötet.» (Así como el mandamiento de «no matar» pone un límite claro para asegurar el valor de la vida humana, hoy tenemos que decir «no a una economía de la exclusión y la inequidad». Esa economía mata.)

El hecho de que la expresión de una «economía que mata» no se refiere a la economía en sí, sino específicamente a una «economía de la exclusión», queda más claro en el texto inglés que en el alemán, al concluir este párrafo con la frase: «SUCH an economy kills.»

Y visto así, resulta un hecho que nadie querrá negar. El objetivo de la economía es abastecer a las personas con los bienes necesarios para llevar una vida digna. Si no se cumple con este objetivo, es porque la economía no está siendo fiel con su misión. Más adelante abordaremos la pregunta del porqué de esta situación.

En *La vocación del líder empresarial* se afirma:

«[...] los líderes empresariales guiados por principios ético-sociales vividos mediante virtudes y, para los cristianos, iluminados por el Evangelio, pueden tener éxito y contribuir al bien común. [...] Estos potenciales beneficios animan a la Iglesia a tener un vivo interés por la empresa.»

Los dos principios elementales más importantes de la doctrina social de la Iglesia son la dignidad humana (la cual en el uso lingüístico alemán también se describe como «principio de la personalidad») y el bien común.

En su calidad de creación e imagen de Dios, el ser humano es una persona única e irreplicable en su individualidad, pero a la vez es un ser social que vive siempre al interior y para la sociedad y su núcleo natural, la familia. Según el principio más alto de la doctrina social católica, la persona humana es «el principio, el sujeto y el fin de todas las instituciones sociales» (constitución pastoral *Gaudium et Spes*, art. 25, párr.1).

En *La vocación del líder empresarial*, se profundiza esta idea:

«Los fundamentos de la tradición social de la Iglesia descansan sobre la convicción de que cada persona, más allá de su edad, condición, o habilidades, es imagen de Dios y, por lo tanto, dotada de una dignidad o valor irreductible. Cada persona es un fin en sí mismo, nunca un instrumento valorado por su utilidad – es un *quién*, no un *qué*; un *alguien*, no un *algo*. Posee esta dignidad en razón únicamente de su ser humano. Nunca es un logro, ni un regalo de alguna autoridad humana; tampoco puede perderse, confiscarse o, simplemente, quitarse. En consecuencia, todos los seres humanos, sin importar sus características ni sus circunstancias individuales, gozan de esta dignidad otorgada por Dios.»

Es justificado que el papa Francisco condene ciertas condiciones de vida como violación de la dignidad humana, al sostener en *Evangelii Gaudium*:

«Se considera al ser humano en sí mismo como un bien de consumo, que se puede usar y luego tirar. Hemos dado inicio a la cultura del “descarte” que, además, se promueve. Ya no se trata simplemente del fenómeno de la explotación y de la opresión, sino de algo nuevo: con la exclusión queda afectada en su misma raíz la pertenencia a la sociedad en la que se vive, pues ya no se está en ella abajo, en la periferia, o sin poder, sino que se está fuera. Los excluidos no son “explotados” sino desechos, “sobrantes”».

Para combatir semejantes realidades sociales, el Concilio Vaticano II define al bien común como «el conjunto de condiciones de la vida social que hacen posible a las asociaciones y a cada uno de sus miembros el logro más pleno y más fácil de la propia perfección» (constitución pastoral *Gaudium et Spes*, art. 26).

El hecho de que para ello sean necesarias las empresas, en *La vocación del líder empresarial* se expresa de la siguiente forma:

«Las empresas producen muchas de las condiciones que contribuyen al bien común del conjunto de la sociedad. Sus productos y servicios, los puestos de trabajos que generan, los superávits económicos y sociales que ofrecen a la sociedad son fundamentales para la vida buena de una nación y para la humanidad en su conjunto. Los países que no tienen suficiente actividad económica suelen perder a las personas con mayor formación, que parten hacia otros países porque no encuentran un futuro para sí mismos o para sus familias, en medio de la situación que viven. Algunas sociedades no producen suficientes bienes colectivos y públicos que permitan garantizar el desarrollo de una vida humana digna. Por lo tanto, las empresas son esenciales para el bien común de cada sociedad y para el orden global en su conjunto. Contribuyen mejor cuando sus actividades se orientan y son plenamente respetuosas con la dignidad de las personas [...].»

Los principios de la personalidad y del bien común describen la finalidad genuina de la empresa, que el Beato Juan Pablo II señaló: «no es simplemente la producción de beneficios, sino más bien la existencia misma de la empresa como comunidad de hombres que, de diversas maneras, buscan la satisfacción de sus necesidades fundamentales y constituyen un grupo particular al servicio de la sociedad entera». Aunque la expresión «comunidad de hombres» no es común en la literatura académica actual, es la que mejor expresa la comprensión de lo que pueden ser la compañía y la corporación empresarial plenamente realizadas. La etimología de las palabras «compañía» y «compañeros», cum (con) y panis (pan), sugiere «partir juntos el pan». La etimología de la palabra «corporación», del latín corpus (cuerpo), indica un grupo de personas «unidas en un cuerpo». Cuando entendemos la empresa como una comunidad de personas, se percibe con claridad que los vínculos que nos unen no son meros contratos legales o procesos de intercambio orientados en el interés propio, sino compromisos con bienes reales, compartidos con otros para servir al mundo. Resulta peligroso y equívoco considerar que la empresa es simplemente una «sociedad de acciones» cuyo significado se limite a intereses egoístas, contratos, utilidad y maximización de beneficios financieros. Una característica inherente del trabajo es que «antes que nada, une a los hombres y en esto consiste su fuerza social: la fuerza de construir una comunidad». Esta visión evita la pobreza espiritual que a menudo surge en las economías de mercado cuando hay carencia de relaciones humanas dentro y alrededor de la empresa.

Construir una empresa que sea una comunidad de personas no es una tarea fácil. En particular, para grandes multinacionales puede resultar un desafío desarrollar prácticas y políticas, y más aún, una cultura empresarial, que impulse una comunidad de personas entre sus miembros.

Los líderes empresariales están intrínsecamente centrados en otras personas: agrupan los dones, talentos, motivaciones y energías de las distintas personas para atender las necesidades de terceros. Apoyan el desarrollo de las personas que trabajan. Las tareas que realizan en común generan los bienes y servicios que necesita una comunidad sana.

El líder empresarial no es un especulador, sino un innovador. El objetivo del especulador es maximizar beneficios, la empresa es únicamente un medio para un fin, y ese fin es el beneficio. El objetivo del especulador no es construir carreteras, hospitales o escuelas, esto simplemente es un medio para alcanzar el objetivo del beneficio máximo. Es evidente que el especulador no es el modelo de líder empresarial que apoya la Iglesia como agente y constructor del bien común.

En cambio, el líder empresarial cristiano sirve al bien común creando bienes y servicios que son realmente necesarios y que realmente sirven.

Los bienes y servicios que produce la empresa deben satisfacer necesidades humanas auténticas, incluyendo no sólo aquellas que tienen un valor social evidente –como los instrumentos médicos que salvan vidas, los microcréditos, la educación, la inversión social, los productos de comercio justo, la asistencia médica y viviendas accesibles– sino también, cualquier otro producto o servicio que verdaderamente contribuya al desarrollo y a la realización humana, desde productos simples, como tornillos, mesas y telas hasta sistemas complejos como la gestión de residuos, carreteras y transporte.

Las necesidades deben diferenciarse de simples carencias, que pueden estar caracterizadas por la satisfacción de deseos que no contribuyan al bienestar humano. En casos extremos, satisfacer dichos deseos puede ser perjudicial para el bienestar humano como, por ejemplo, la venta de drogas no terapéuticas, la pornografía, los juegos de azar, los videojuegos que avalen la violencia y otros productos dañinos. Esta preocupación por los deseos, que suele denominarse «consumismo», se aleja del bien común y limita el desarrollo de la persona. Los bienes realmente buenos satisfacen las necesidades de los consumidores siguiendo una jerarquía clara; la necesidad de alimentos, por ejemplo, es superior a la de juegos de azar. Se trata de una jerarquía objetiva, y por ello la producción de bienes y servicios debe obedecer a la verdad, en vez de guiarse por la mera utilidad.

Además de los dos principios fundamentales de la personalidad y del bien común, la doctrina social católica también reconoce los –así bautizados por Oswald von Nell-Breuning– principios estructurales de la solidaridad y subsidiariedad. Hasta el momento, poco se ha correlacionado a estos dos principios con el mundo de la empresa. Sin embargo, esto está a punto de cambiar.

En cuanto a bienes y servicios de la «base de la pirámide» se vuelve importante identificar, con espíritu de solidaridad, las necesidades de los pobres y de los más vulnerables, incluyendo a las personas con necesidades especiales, que con frecuencia son ignoradas por las empresas en un mercado guiado por el beneficio a corto plazo. El líder empresarial cristiano presta atención a la oportunidad de servir a estos segmentos de la población, que de otro modo quedarían desatendidos. Asumiéndolo no solo como una responsabilidad social, sino también como una gran oportunidad de negocio. No son únicamente los microemprendimientos, microcréditos, empresas sociales y fondos de inversión sociales los que han jugado un papel importante al tratar las necesidades de los pobres. En este contexto cabe mencionar además conceptos clave como el del «zapato por un dólar», del «teléfono móvil por 10 dólares», del «computador portátil por 100 dólares» o del «auto por 1.000 dólares» en los países emergentes y en vías de desarrollo. Son productos que se ajustan a las necesidades y al poder adquisitivo de los estratos pobres de la sociedad.

Estas innovaciones no sólo ayudarán a sacar a las personas de la extrema pobreza, sino que podrán estimular su propia creatividad e iniciativa emprendedora, contribuyendo a una fuerte dinámica del desarrollo.

Sobre todo considerando el escrito *Evangelii Gaudium*, este último aspecto es particularmente decisivo. El papa Francisco rechaza estrictamente al consumismo, cuya perversión absoluta considera al ser humano en sí mismo como un bien de consumo, que se puede usar y luego tirar. Por consiguiente, aún más importante que la pregunta por el modo de elaborar productos y servicios especiales para segmentos vulnerables de la población, es la interrogante: ¿Cómo se podrá integrar a los pobres al proceso productivo, con tal de que ellos puedan satisfacer dignamente y por sí mismas sus necesidades de vida?

Aquella pregunta nos lleva a otras preguntas:

- ¿Cómo se podrá integrar al mercado laboral a aquellas personas con escasa calificación?
- ¿De qué modo se podrá capacitar y calificar de mejor manera a estas personas con tal de aumentar su productividad?
- ¿Cómo es posible fomentar el crecimiento de las empresas para que éstas generen nuevos empleos? ¿Cómo se puede incentivar la creación de nuevas empresas?
- Sobre todo en los países emergentes y en vías de desarrollo cabe preguntarse: ¿Cómo es posible incentivar al gran número de trabajadores independientes del sector informal con tal de que se conviertan en lo que en Alemania se describe como el «sector de empresas de mediano tamaño»?

Es decir, finalmente nos planteamos preguntas que superan con creces la responsabilidad del empresario individual y de la economía. Si el bien común consiste en «el conjunto de condiciones de la vida social que hacen posible a las asociaciones y a cada uno de sus miembros el logro más pleno y más fácil de la propia perfección», también las condiciones políticas forman parte del bien común.

Si bien es una idea que en *La vocación del líder empresarial* no se profundiza, queda expresada claramente:

«Existen obstáculos que impiden [al líder empresarial] servir al bien común, entre ellos, la carencia de estado de derecho [y del marco regulatorio], la corrupción, la tendencia a la codicia, la administración deficiente de los recursos, [...]»

El papa Juan Pablo II en este contexto habló reiteradamente de las «estructuras de pecado», de las cuales se pueden librar solo con dificultad incluso aquellos que con buena voluntad aspiran a cumplir con sus propios estándares morales.

Si bien el papa Francisco aborda estos aspectos en *Evangelii Gaudium*, él tampoco los profundiza. Al menos condena a «ese cáncer social que es la corrupción profundamente arraigada en muchos países —en sus gobiernos, empresarios e instituciones— cualquiera que sea la ideología política de los gobernantes».

Sin embargo, él identifica como causas estructurales más importantes de la pobreza y de la exclusión la «autonomía absoluta de los mercados y [...] la especulación financiera». Para él, la inequidad es raíz de los males sociales.

En este análisis, el papa Francisco seguramente está marcado por sus experiencias en Argentina y Latinoamérica. Al parecer en aquella región no se está tan familiarizado con el ideario de la «economía social de mercado», tal y como ha surgido en Alemania y que también se refleja en el Tratado de Lisboa para la Unión Europea.

Cabe preguntarse si es realmente la «autonomía» de los mercados la cual condiciona la inequidad y la exclusión, o si esto no es consecuencia de una «concentración de poder» en los

mercados. Es una pregunta que probablemente obtiene respuestas muy variadas según se haga en distintos países del mundo.

Yo estimo importante aquel enfoque de solución que me parece ser la terapia indicada para ambos diagnósticos y que se formuló de la siguiente manera en el recientemente publicado segundo comentario colectivo sobre la situación social en Alemania, editado por la Conferencia Episcopal de Alemania y la Iglesia Evangélica en Alemania (EKD, por sus siglas en alemán):

«La economía de mercado ha probado ser el mejor sistema posible para organizar la cobertura de la demanda material en las condiciones de escasez notoria de la vida terrenal. Sin embargo, ella cumple esta misión de manera insatisfactoria. El mercado requiere de un orden marco para proteger la competencia libre y justa, así como para proteger los bienes públicos y el medio ambiente, y requiere de políticas sociales del Estado con tal de asegurar la participación justa de todos. [...] Como modelo ético nos debería servir en este contexto la inclusión social más amplia posible y la participación de todas las personas en nuestro país.»

Por consiguiente, tanto el documento *La vocación del líder empresarial* como el papa Francisco y la Iglesia católica y evangélica en Alemania coinciden respecto a sus objetivos finales: ¡una sociedad participativa para todos y la participación de todos! Esto corresponde en grandes rasgos al resumen que hizo Ludwig Erhard de los objetivos de la economía social de mercado, acuñando el lema: «Bienestar para todos.»

Existe un amplio consenso sobre el hecho de que en la configuración del orden marco y sobre todo en la política social se debe considerar el principio de subsidiariedad. En tiempos en que las empresas actúan de manera global, ha cobrado relevancia la pregunta de cómo se puede poner en práctica el principio de subsidiariedad en la organización empresarial interna, con el objetivo de darles la oportunidad a los trabajadores de desarrollarse a sí mismos y a sus talentos por el bien de la empresa.

Me imagino que mañana escucharemos más al respecto por parte de representantes del mundo empresarial.

Para concluir, quisiera enfatizar encarecidamente que nuestra ética cristiana debe apuntar a algo más allá del «bienestar para todos», del modelo del «comerciante honrado» o conceptos modernos de la RSC.

La empresa como «comunidad de hombres» necesita algo más que una buena gobernanza corporativa, cogestión al interior de la empresa, salarios y sueldos justos.

Para lograr la responsabilidad social corporativa, no se puede limitar en la aliterativa tríada «People, Profit, Planet».

Una sociedad inclusiva necesita de algo más que de una economía de mercado regulada y de un sistema de seguridad social justo.

Desde el punto de vista cristiano, siempre se requiere de una dimensión espiritual, la cual es esencial e indispensable para la dignidad humana inviolable e indivisible.

También aquella empresa bien administrada solo se convierte en una comunidad real de hombres –y no de individuos– si cuenta con una cultura empresarial, la cual no solo respeta la calidad funcional de las relaciones interpersonales, sino también su calidad relacional.

Las tres p de «People, Profit, Planet» se deberían complementar con una cuarta p: *pneuma*, el espíritu. No se trata solamente de «recursos naturales» o «recursos humanos», de trabajadores y funcionarios ejecutivos, de productores y consumidores. No se debe permitir que la persona humana se reduzca en sentido materialista o utilitarista. Se trata siempre de la persona humana integral en su calidad de ser social, relacional, moral y espiritual.

En nuestra sociedad debemos aspirar a algo más allá de una cultura del bienestar material y social. Necesitamos una cultura integral de la vida humana. «La criatura humana, en cuanto de naturaleza espiritual, se realiza en las relaciones interpersonales.» (Benedicto XVI en *Caritas in Veritate*, n.º 53).

¿Será una ilusión todo aquello? ¿Nos hará caer en la trampa idealista de pretender instaurar el paraíso terrenal?

No. Siendo cristianos, siempre somos realistas. Sabemos bien que podemos errar. Pero, siendo cristianos, tampoco podemos renunciar a la exigencia planteada hacia nosotros mismos de ser sal de la tierra y luz del mundo.

Quisiera concluir mi discurso con una oración al Espíritu Santo:

«Ven, Espíritu Santo,
Llena los corazones de tus fieles
Y enciende en ellos
el fuego de tu amor.
Envía, Señor, tu Espíritu.
Que renueve la faz de la Tierra.»

Espira, 4 de abril de 2014

Adrian H. van Luyn, SDB