

PRESENTACIÓN DEL LIBRO DE ANDRÉS RODRÍGUEZ RUBIO

Andrés Rodríguez Rubio. *Ética de la empresa.* Hato Rey: Publicaciones Puertorriqueñas, 2001.

Es un gran honor y me da mucho gusto presentarles, junto a mis compañeros, el libro *Ética de la empresa* del Dr. Andrés Rodríguez Rubio. Y es así por dos motivos: el primero es que hace ya más de veinte años que aprecio y respeto a su autor, de manera que se trata de un aprecio y un respeto antiguo por un compañero que -como este libro comprueba- no es nada anticuado. El segundo motivo por el que me honra presentarles este libro es simplemente porque el libro es muy bueno y les diré porqué.

Para empezar baste decir que el título me sorprendió *Ética de la empresa*. En inglés hay una palabra buenísima. Es la voz "oxymoron" que según creo, no tiene una traducción precisa al español. Como seguramente saben, "oxymoron" significa una contradicción en términos. Viene del griego *oxymorós*. *Oxy* es afilado, puntiagudo. *Morós* es boto, tonto. Así el *oxymorós* literalmente describe algo agudamente boto o acertadamente tonto. Y esa fue exactamente la palabra que me vino a la mente al ver el título *Ética de la empresa*.

Ahora que, ya desde la introducción, no sólo olvidé completamente lo del oxymoron, sino que quedé cautivado tanto por el sentido como por la necesidad de la ética de la empresa. La necesidad fue lo primero, pues Andrés la demuestra con la mayor simplicidad pero con la mayor elocuencia. Para ello le bastó con recordarnos la pobreza absoluta, desesperada, de dos terceras partes de la humanidad y, acto seguido, con reconocer la empresa como principal fuente de riqueza y promesa de alivio a la crisis de la agónica y extendida pobreza.

Lo que nuestro autor propone es un cambio de paradigmas. Ante el trillado "The business of business is business," Andrés pronto nos convence de que "The business of business is People." Y nos convence del mejor modo posible: instruyéndonos, educándonos. Su punto de partida es la ética misma como disciplina filosófica. Nos dice lo que es y lo que sobre ella han dicho los gigantes, para luego poner en foco el estudio de la moralidad en la empresa, haciéndolo estudio tanto legítimo como imprescindible. Así nos lleva del *ethos* al *marketing*, de Aristóteles al Kentucky Fried Chicken, de Santo Tomás a los salarios, y en un mismo libro nos hace sentir igualmente cómodos hablando de Kant, Stuart Mill, Marx o Popper como de la General Motors, ascensos, contratos y *stock options*. Andrés se mueve tranquilamente entre cielo y tierra, su narrativa siempre como bailando entre lo conceptual y lo concreto, como si al armonizarlos quisiera demostrar con el ejemplo la posibilidad de esos otros niveles de armonía que le ocupan: la armonía entre la ética y la economía; entre el qué hacer y el qué producir, el cómo debo vivir y el cómo debo trabajar.

Las preguntas las propone de muy diversos modos, pero las respuestas invariablemente son las mismas: la empresa y los empresarios tienen que promover el bienestar humano. Ese fantasma de Maquiavelo que sobrevuela la economía actual es inadmisibles. El hombre es el fin, no el medio, de toda actividad económica. El valor de la persona no radica en su utilidad, sino en su humanidad. El hombre tiene valor pero no precio.

Ni utilitarismo, ni libertarismo. Ni socialismo ingenuo ni capitalismo salvaje. La solución de Andrés no está en los opuestos, ni en lo contrario a los opuestos. Está totalmente en otro sitio: en la cooperación como un imperativo racional, en la solidaridad como obligación. Sin ser religiosa, su postura no es ajena a la cristiana y a la budista: la empresa es legítima, como legítima es la ganancia, pero dirigida siempre al bienestar humano.

Este libro está explícitamente destinado a empresarios y profesionales, y creo que estos ganarán mucho al leerlo. Sé de

