

El modelo de negocio

José Luis Fernández Fernández
Cátedra de Ética Económica y Empresarial
Universidad Pontificia Comillas (Madrid)

Hace años, en una de mis clases, se formó tal lío, que trabajo me costó remansar las aguas, y sosegar el ímpetu y el griterío del personal. Tuve que emplearme a fondo y hacer uso, no ya de la *auctoritas* que la cátedra nos confiere, sino de la más estricta *potestas*. No tuve más opción que elevar la voz por encima del tumulto y mandar con reciedumbre: “¡A callar!”.

La cosa no era para menos: estaba la mayoría del grupo a punto de, literalmente, agredir a una compañera que *-imposible el ademán* y sin enmendarse- cantaba las loas de la política de RSE de su empresa. ¿Era la cosa para tanto?, se preguntará el sorprendido lector... Pues sí. Sí que lo era. O al menos, así le parecía al resto de un alumnado que, hasta entonces, nunca había dado muestras de tanto *ardor guerrero*.

La alumna en cuestión, *María*, con evidente orgullo de pertenencia, daba cuenta de cómo su empresa tenía unas políticas de RSE muy bien articuladas y en línea con los más exigentes requisitos de ética empresarial. ¿Dónde estaba, entonces, el *busilis*? En que *María* trabajaba en una multinacional tabaquera...

Cuentan que en un seminario que dirigía –creo que era- Teodoro Adorno, el eminente filósofo de la Escuela de Frankfurt, allá por los años sesenta del siglo pasado, un alumno preguntó antes de empezar la sesión: “*Herr Professor, ¿se puede fumar?*” Dicen que el maestro contestó: “*¡Buena pregunta!*”... y que dedicaron las dos horas a debatir el punto.

Ampliemos la batería de cuestiones: ¿Se puede producir tabaco o, mejor, habríamos de prohibirlo? ¿Es bueno comprarlo, venderlo, publicitarlo? ¿Es ético trabajar para una empresa que lo fabrica, lo comercializa y se enriquece con ello? ¿Hay algo de malo –o de bueno- en invertir dinero en este tipo de compañías?...

Estas y otras muchas preguntas no hacen sino apuntar a lo que en la jerga del *management* denominamos *el modelo de negocio*. O dicho de otra manera: ¿cómo gana la empresa el dinero que gana? ¿Qué hace y *de dónde saca pa’ tanto como destaca*? Pues, sin entrar en casuística, cabría preguntarse si no hay negocios lucrativos, metafísicamente refractarios a la ética y a la RSE... Cuando hablemos de la inversión socialmente responsable y de los fondos éticos volveremos sobre la cuestión.