



Autor de varios libros (entre ellos, Vértigo), José Manuel Chapado es además conferenciante, formador y coach. Especializado en contenidos como los valores, las emociones, el liderazgo, la comunicación, el management y las finanzas, es colaborador habitual en programas de radio y televisión.

José Manuel Chapado

Pareciera que quiero exponer la tesis de que la ética sí es rentable cuando forma parte de la estrategia empresarial, o de la de cualquier organización. Dicho de otro modo, que la ausencia de ética, a la larga, se paga cara. Pero siendo eso cierto, y estando totalmente de acuerdo con esas premisas, lo que yo quiero decir es otra cosa muy distinta. Quizá, pudiera hasta parecer la contraria. Actuar con ética también se paga. A veces, con un precio demasiado caro, al menos en apariencia.

“La ausencia de ética, a la larga, se paga cara. Pero actuar con ética, también se paga caro”.

Me refiero a casos como los del profesional que se niega, contra las órdenes de sus superiores, a comercializar un artículo defectuoso. O el de quien no ofrece un producto

financiero a un cliente con perfil de riesgo inadecuado, pese a las presiones comerciales de la campaña de turno.

O el del analista de riesgo que deniega un crédito, haciendo caso omiso a presiones políticas. O el del directivo que protege la dignidad y justicia de la remuneración de su equipo a costa de la retribución del accionista. O el del empresario que hace lo mismo a costa de su propio beneficio.

Mantener los principios resulta heroico en algunos casos. Es entonces cuando, en verdad, se ponen a prueba nuestras creencias. Porque los valores son algo más que palabras y grandilocuentes declaraciones. Son mucho más que la cara romántica y utópica de las creencias. Son principios rectores, códigos morales de conducta, ideales que nacieron en nosotros hace mucho y que arraigan muy adentro.

Por eso, los valores también son límites. Límites que nos indican qué es lo que no debemos ni queremos hacer. Por antipático e impopular que puedan parecer, son esos límites los que precisamente ponen en valor los valores. Tener valores es una prueba de valor.

La ética **SÍ** tiene precio

No basta con exhibir que se está comprometido con el desarrollo de los profesionales si no se invierte en su formación. No basta con decir que se cree en el potencial de un colaborador si no se pelea su promoción. No basta con presumir de responsabilidad social si la retribución del capital se antepone a todo y ante todo. No basta con publicitar orientación al cliente si no se renuncian beneficios puntuales en aras de una relación a largo plazo. No basta con creer en el criterio de uno si no se hace valer, y se defiende con uñas y dientes, ante quienes carecen de criterio y valores. No basta.

El compromiso a coste cero no es compromiso. No es posible nadar y guardar la ropa cuando lo que está en juego es una cuestión de valores. No basta con quedarse a mitad de camino. Hay que llegar hasta el final. Cueste lo que cueste. La ética sí tiene precio. Y quien no esté dispuesto a pagar por ella, sepa entonces que es él quien tiene precio.

“Los valores son mucho más que palabras y declaraciones. Son principios y también límites”