

MERCADERO. EN SU PROCESO DE POSCONFLICTO, COLOMBIA DEBE HACER LAS PACES CON SU PASADO, DICE SANDEL

# "La gente tiene hambre de algo más significativo"

BOGOTÁ. Para celebrar sus 40 años de existencia, el *Colegio de Estudios Superiores de Administración* (Cesa), trajo a Colombia a **Michael Sandel**, un reconocido catedrático de *Harvard* que en medio de una sociedad dedicada a la productividad y las ganancias revive el debate por los dilemas éticos a través de un libro titulado 'Lo que el dinero no puede comprar'.

En entrevista con *LR*, el filósofo político y también autor de 'Justicia: ¿Hacemos lo que debemos?', habló sobre el proceso de posconflicto de Colombia.

**Empecemos por una pregunta básica, ¿cómo explica la teoría de lo que el dinero no puede comprar a los empresarios en Colombia?**

Creo que es un desafío, la invitación es a discutir una simple pregunta: ¿cuál debería ser el rol del dinero en los mercados y en las sociedades? Hoy, hay pocas cosas que el dinero no puede comprar y en décadas recientes hemos, casi sin darnos cuenta, visto a las economías de mercado convertirse en sociedades de mercado. La diferencia es esta: la economía de mercado es una herramienta valiosa, buena y efectiva para la actividad de producción organizada, mientras que la sociedad de mercado es un lugar en el que casi todo está a la venta, es un estilo de vida. En el que las economías de mercado y el pensamiento de mercado empiezan a alcanzar cada aspecto de la vida, incluida la vida familiar, relaciones personales, educación, salud, política, los medios, leyes y eso es lo que me preocupa.

No hay cuestionamiento de que la economía de mercado es una herramienta muy valiosa que apoya la prosperidad y el crecimiento de la economía, sin embargo, necesitamos detenernos un momento y tener un debate público, en la vida democrática de hoy, sobre el papel del dinero y los mercados en la vida pública, ¿queremos que dominen la vida social?

Yo en libro, ofrezco usos controversiales del dinero en la vida social y trato de hacer una discusión, tal vez un debate para identificar los principios éticos, que

debemos considerar para identificar si el mercado sirve al bien común y cuándo no lo hace, sino que ocasiona daño.

**Usted habla del debate ético en el que se puede entrar, ¿cómo una compañía puede determinar hasta dónde llega el papel del dinero? ¿Cuáles son los límites?**

Hay grandes preguntas sobre qué es lo correcto, qué hay que hacer. Si es un negocio hay que pensar en cuál es la responsabilidad de la compañía, que incluye al CEO. Algunas personas dicen que la única responsabilidad de una firma a la hora de decidir qué es lo correcto es tener en cuenta el valor que ofrece a los accionistas. Esa es una vista de la responsabilidad de la corporación, pero creo que eso, aunque es una parte importante de la misión, también lo es el bienestar de los clientes, los empleados, los proveedores y la comunidad en la que la compañía opera. Los líderes de negocios y presidentes ejecutivos deben ver cómo entienden la misión de la firma. Muchas de las compañías más exitosas se comprometen con la misión principal y los vuelven mejores ciudadanos, contribuyen más al mejoramiento de las sociedades donde operan.

**Hoy, las sociedades compran todo, ¿qué tan desafiante es salir a decir lo que la gente no quiere escuchar?**

Es muy interesante. Es verdad que estos días parece que no hay casi nada que el dinero no pueda comprar y, sin embargo, mientras viajo por todo el mundo, me pregunto por qué será que la gente está tan interesada en el libro, en discutir sobre temas éticos y me doy cuenta que nosotros aceptamos la economía de mercado como parte de nosotros mismos, pero tenemos hambre de algo más significativo y, particularmente, queremos que el debate y la vida pública tenga otras discusiones. La gente está frustrada con los políticos, con la política en sí misma, con los partidos y hay una desilusión profunda y la razón es que la gente dice que los debates que



CAROLINA OLAYA / LR

Michael Sandel es profesor de la Universidad de Harvard, dicta la cátedra Justicia y es autor del libro 'Lo que el dinero no puede comprar'.

oímos hoy no están tratando los temas que importan más. Muy seguido, lo que pasa por discusiones políticas en campañas electorales es una pelea entre partidos, eso no inspira a nadie. Las ciudades democráticas quieren algo más, más sustancial, más debates. Pero, ¿qué debatir? El significado de la justicia, cómo lidiar con la corrupción, qué hacer con la inequidad entre los ricos y pobres, la gente quiere debatir grandes preguntas como qué hacemos como ciudadanos.

Pienso que una parte de nosotros ama la sociedad del consumo, pero sabemos que eso no es lo único que hay en la vida y queremos más debates públicos democráticos.

**Para usted, ¿cuáles son las cinco cosas fundamentales que el dinero no puede comprar?**

Amor, familia, amistad, la satisfacción que viene de enseñar y aprender, juntos; y el sentido de comunidad o la solidaridad social, saber que estamos todos en esto

CLAUDIA TOCA  
DOCENTE DE LA UNIVERSIDAD EXTERNADO DE COLOMBIA

"Actualmente, lo que se discute en las empresas es la ética, pero en una relación de empresarios y empleados se debe hablar de moral. No creo que este sea un tema que se enseñe con cátedra".



SÍGANOS EN:

www.larepublica.co

Con la entrevista completa con el profesor Michael Sandel sobre los dilemas éticos y sus teorías para el sector empresarial.

juntos. Estos serían cinco bienes, en el sentido de ideales, que el dinero no puede comprar, incluso si lo intenta.

**¿Cómo sería el balance perfecto de una sociedad de mercado? ¿Hay alguna fórmula?**

El balance perfecto de los valores de mercado y los que no son, no sé si pueda hacerse. Lo que sí podemos hacer y lo que espero con este libro, es que tengamos un debate público, abierto, sobre estos temas.

Raramente oímos estas preguntas éticas grandes, hay pocos debates sobre temas como equidad e inequidad y eso es lo que realmente estoy tratando de alentar. Cada sociedad marcará la línea de manera distinta. Mi meta no es diseñar una sociedad perfecta o una mezcla perfecta de mecanismos de mercado y de no mercado, sino alentar e inspirar una

nueva y mejor manera de debatir públicamente que hable de estos temas de manera más directa.

**Colombia está buscando un acuerdo de paz con las guerrillas, ¿cómo puede esto aplicarse a los procesos de posconflicto?**

Esto es una oportunidad histórica para Colombia, pero es solo el principio porque un tratado de paz es un importante primer paso, pero el siguiente desafío es construir desde ese tratado un nuevo entendimiento de los ciudadanos, que incluye traer preguntas sobre justicia, verdad, responsabilidad, perdón, equidad e inequidad, directamente al discurso público. Hay que hacer las paces con lo pasado, llegar de manera más directa a las preguntas espirituales. Un acuerdo de paz permitirá llegar a eso.

MÓNICA PARADA LLANES  
mparada@larepublica.com.co

## AVISO DE OFERTA

El Presidente de Mercantil Colpatría S.A. informa que en carta fechada el 11 de Septiembre de 2014 y recibida el mismo día, el accionista José Alejandro Recio comunicó la oferta de venta de Ciento cincuenta (150) acciones de 'Mercantil Colpatría S.A.', exclusivamente a los demás accionistas de ésta, al precio unitario de Ciento noventa y cinco mil pesos (\$195.000.00), pagadero de contado al perfeccionamiento de la(s) compraventa(s), lo cual tendrá lugar dentro de los tres (3) días hábiles siguientes al vencimiento del término de la oferta, que es de tres (3) días hábiles contados a partir de la fecha de su comunicación a los demás accionistas y, en la modalidad de 'todo o nada'.

Las respuestas a esta oferta deberán ser escritas y entregarse antes de las 5:00 p.m. del último día del término de la oferta, en la oficina 4300 del Piso 43 del Edificio 'Torre Colpatría', distinguido con el No. 24-89 de la carrera 7ª. de la ciudad de Bogotá D.C.

Se publica este aviso para los fines previstos en el Artículo Décimo Primero del Estatuto Social de 'Mercantil Colpatría S.A.'.

Eduardo Pacheco Cortés  
Presidente

**B2B MARKETING & STRATEGY CONFERENCE**  
COLOMBIA 2014  
Bogotá, Octubre 21 y 22

**ALINEANDO FACTORES CLAVES EN B2B (BUSINESS TO BUSINESS), PARA SU PLAN DE MARKETING 2015.**

**CARLA JOHNSON / USA**

Coautora del libro: *Consejos desde la cima "La Guía experta del Marketing B2B"*.  
Vicepresidenta de liderazgo de la junta directiva de BMA (Business Marketing Association).

**MITCH DUCKLER / USA**

Presidente honorario y speaker de B2B marketing en varias ocasiones del Congreso anual de la American Marketing Association (AMA) y Kellogg School of Management.

**14 PONENCIAS DE B2B/COLOMBIA- LATAM- USA**  
b2bcongreso.com **DESCUENTO EN PREVENTA HASTA EL 30 DE SEPTIEMBRE**

INFORMATE EN:

**Col:** (314) 344 2153 (304) 438 1006  
**Tel:** (571) 300 0420  
**Email:** svargas@v2vcolombia.com  
**inscripciones@v2vcolombia.com**

APROYAN:

PRM, IBM, Google, PETROBRAS, Spencer Stuart, ORGANIZA: V2V, Avianca