

¿Vale la pena ser ético?



Revista: [Sloan Management Review](#)

Tema: [Ética](#)

Fecha: Verano 2008

La responsabilidad social se ha vuelto un tema muy importante para las corporaciones. Las compañías gastan miles de millones de dólares en buenas acciones (desde promover la diversidad entre su personal hasta desarrollar tecnologías no contaminantes) y luego pregonan sus esfuerzos públicamente. Buena parte de las compañías esperan que los consumidores paguen un poco más por los productos que se fabrican respetando altos valores éticos. Pero la mayoría de las compañías asumen esto sin mayor prueba. ¿Los compradores realmente retribuyen el buen comportamiento corporativo pagando más por los productos y castigan un comportamiento irresponsable pagando menos? ¿Cuánto más o cuánto menos? ¿Qué tan lejos debe llegar una compañía en este sentido para ganarse a los consumidores?

Antes de responder a estas preguntas, debemos decir que un producto se considera "fabricado éticamente" cuando se dan las siguientes condiciones: 1) las relaciones entre la compañía y las partes interesadas se fortalecen, por ejemplo, promoviendo la diversidad y la seguridad, 2) la compañía asume prácticas ecológicas, tales como el uso de tecnologías no contaminantes y 3) la compañía debe mostrar respeto por los derechos humanos (nada de trabajo forzado en fábricas en el extranjero).

Volviendo a las preguntas, se llevaron a cabo una serie de experimentos, enseñando a varios consumidores los mismos productos: café y camisetas; pero a un grupo le dijimos que habían sido fabricados éticamente mientras que al otro grupo le dijimos lo contrario. Un tercer grupo de control no recibió información alguna. En todos los experimentos, los consumidores se mostraron dispuestos a pagar un poco más por los bienes fabricados éticamente. Y, aún más, señalaron que sólo comprarían los productos que no habían sido fabricados éticamente si se les ofrecía un descuento por los mismos.

Las personas que esperan mayores estándares éticos de parte de las corporaciones están dispuestas a pagar más por los productos de las compañías que observan dichos estándares y menos por las que no los observan. Se descubrió, además, que no es necesario que las compañías asuman una posición enteramente ética para ganarse a los consumidores. Si las compañías invierten sólo un poco en fabricar sus productos éticamente, los compradores las premiarán tanto como a las compañías que profundicen más en este sentido. Finalmente, una advertencia. Aunque una producción ética puede conllevar mayores ventas, no todos los consumidores se sienten atraídos por la misma. De hecho, algunos preferirán un menor precio aunque el producto se haya fabricado sin respetar estándares éticos.

<http://sloanreview.mit.edu/wsj/insight/brand/2008/05/12/>