

“Ambición”

“La ambición, a falta de una palabra mejor,
es buena. La ambición es correcta.

La ambición funciona”

Gordon Gekko

La ‘ambición’ como punto nodal del amplio discurso de los negocios y la práctica del mercado, legítima y sostiene prácticas grupales e individuales que pueden ser consideradas contradictorias. Esta contradicción surge porque se promueven conductas y acciones que redundarían en prácticas perjudiciales para la sociedad. La ambición está anclada a una serie de supuestos que la significan del mismo modo que articulan el discurso neoliberal, su correspondiente sociedad de mercado e incluso forman parte relevante de los contenidos producidos y reproducidos por la educación en negocios. Este artículo enfatiza el rol de la educación en negocios en la construcción de la ambición, plantea la necesidad de problematizar esta práctica y de develar sus claroscuros.



Marcela Mandiola C. Ph.D.
PROFESORA DE MANAGEMENT,
DEPARTAMENTO DE GESTION
Y NEGOCIOS, FEN-UAH



mmandiol@uahurtado.cl

A modo de contexto

Mucho se ha discutido, tanto en lo público como en lo privado, para comentar, criticar o justificar, el modo en que cualquier emprendimiento busca terminar en ganancia económica. En abultada ganancia económica la más de las veces.

La inspiración para este artículo surge de una serie de cuestionamientos que han recrudecido en el último tiempo en

nuestro país, tanto a nivel público como académico, acerca de la legitimidad de las ganancias que obtienen distintos actores en nuestra sociedad. Por ejemplo, a nivel agregado, el 1% de la población ha recibido cerca de 30% del ingreso del país durante la última década (López, Figueroa y Gutiérrez, 2016). En el mundo empresarial, estimaciones recientes sugieren que en el periodo 2005-2014 la gran minería

privada obtuvo ganancias de US\$120 mil millones por sobre las necesarias para atraer capital a la actividad (Sturla et al., 2016). Por su parte, en la ‘industria previsual’ se ha documentado que la rentabilidad sobre patrimonio promedio de 25,4% alcanzado por las AFP en el periodo 2006-2015 fue 4,8 veces superior al 5,3% justificable por su exposición al riesgo de mercado (López, 2016). *Cuatro coma ocho*



veces superior, casi cinco veces más. Estas ganancias "sobrenormales" o "excesivas", tal y como han sido etiquetadas, no son un juicio de valor en palabras de los autores, sino que es el resultado de fórmulas y análisis económicos y financieros que calculan en base a números el excedente que producen estos negocios.

Muchas razones pueden explicar estos resultados, todas ellas muy técnicas y a ratos económicamente comprensibles. Lo que es no es comprensible es la proporción de ganancia comparada con el exiguo resultado de los "negocios" mismos. Si podemos hablar de negocios cuando hablamos de leyes sociales, por ejemplo. Del mismo modo, podríamos preguntarnos por la abultada rentabilidad de las Isapres, de los Bancos, de las clínicas privadas, de la educación mercantilizada, etc. Danza de millones que parece no tener límite. Al parecer, no importa mucho cual sea el giro del emprendimiento, lo único realmente importante es su rentabilidad.

En otras aristas menos honorables, y menos justificadas económicamente, aparecen las polémicas acerca del financiamiento de campañas y de partidos políticos, que con el afán de hacer rentable su bolicho parecen olvidarse de las motivaciones

“ La ambición se despliega a expensas de los demás ”

que los animan, al menos las que ofrecen a la ciudadanía. En este concierto de la riqueza que parece fácil y, por sobre todo, aparece como un derecho inalienable, muchos buscan también su manera de llegar a ella. A cualquier costo. Así surgen los ofertones de Chang y Garay, en el que muchos confiaron con la aspiración de acercarse a esa ganancia que parece que todos tienen o debieran tener. Más grave aún, los masivos fraudes a dineros fiscales hechos por amplias y organizadas estructuras de los militares y de carabineros. Es posible mencionar también la confederación del fútbol nacional e incluso a su sindicato que hasta con la transacción de biblias incrementaba sus beneficios. En fin, se evidencia entonces, una extendida orientación hacia la consecución de ga-

nancias; cada vez más ganancias, en todo ganancias; cuando ya tenemos ganancias entonces hay que seguir inventando otro modo de incrementarlas. Junto con Gekko a todo eso le podemos llamar ambición. Pero, ¿de qué hablamos cuando hablamos de ambición? ¿de dónde viene esta tan extendida ambición?

Una definición problemática

En la literatura académica no es fácil encontrar artículos que hablen de 'ambición'. Esto se podría explicar porque llegar a una definición satisfactoria de ella no es tarea fácil (Murnighan, 2011 en Seuntjens et al, 2015); por otro lado, es desafiante problematizar lo que tiende a ser considerado como el motor de la competencia y el mercado.



En nuestra lengua, la definición de ambición que nos entrega la RAE habla de un *"deseo ardiente de conseguir algo, especialmente poder, riquezas, dignidad o fama"*. Lo de 'deseo ardiente' puede ser interpretado de muchas maneras, pero podríamos convenir en que en general se refiere a cierta voracidad ó cierta ansiedad por la consecución de algo; en otras palabras, premura o urgencia por la obtención del bien deseado. Seutjens et al. (2015) lo entienden como 'el excesivo deseo que es fundamental a la ambición'.

Ciertas comprensiones del concepto acunán a la ambición como inherente a la 'naturaleza humana' y le otorgan además connotaciones benéficas en la medida que alguna dosis de ambición sería vital para el bienestar de la sociedad (Greenfield, 2001; Williams, 2000 en Seuntjens et al., 2015). En otros derroteros, la ambición ha sido relacionada con conductas anti-éticas o inmorales en la medida que se evidencia a través de las guerras, el fraude, la corrupción y el engaño (Slatter, 2012; Seuntjens et al. 2015).

En un mundo donde los recursos han sido definidos como escasos, la ambición se despliega entonces a expensas de los demás, a expensas de aquellos menos ambiciosos o con menos competencias para adquirir lo deseado. Podemos decir que hay ambición en la medida en que hay escasez, y que esa sensación de insuficiencia o necesidad es construída como una amenaza permanente contra la que hay que luchar. En ese sentido, su principal característica es entonces también su primera debilidad: la incapacidad de saciarse. Para quien ambiciona nunca nada es suficiente. Así se ha construído la 'mejora continua' o la tendencia sin fin hacia la 'optimización'.

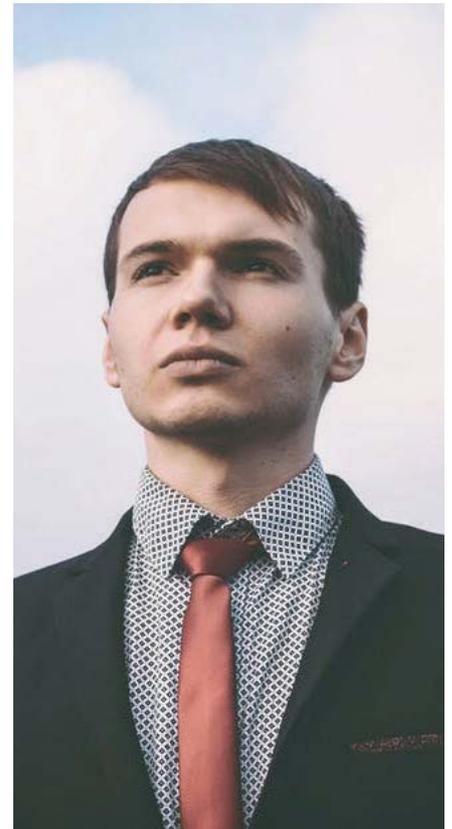
Educación en negocios, discurso de mercado y ambición

En el contexto que nos preocupa, ponemos acento en la relación que este concepto tiene con el mundo de los negocios. La 'ambición' como punto nodal del amplio discurso de los negocios y la práctica del

mercado, legitima y sostiene prácticas grupales e individuales que pueden ser consideradas contradictorias, dado que sus consecuencias exceden las benéficas promesas con que se ha adornado.

Los contenidos de la teoría económica neoclásica hegemonizan el currículo de las escuelas de negocios desde hace ya varias décadas (Mandiola, 2013). Desde ahí se han convertido en contenido y propósito de toda práctica social, logrando inspirar con su racionalidad la gran mayoría de los quehaceres sociales. No es extraño entonces que en todo busquemos optimización y maximización, incluso en la vida personal. Parece normal, e incluso deseable, que siempre se busque la satisfacción personal. Y en ausencia de regulaciones, es muy difícil definir cuando es suficiente. Ni lo legal ni lo moral subvierten la confianza en la llamada 'mano invisible'. Para mayor abundamiento, cuando dicha 'mano invisible' no logra articular un bien común satisfactorio, llamamos a esas consecuencias como 'externalidades', en otras palabras, eventos no deseados pero que parecen ser consustanciales al orden impuesto. No se puede prescindir de ellos.

Es así que planteo que la concepción y construcción de la ambición estaría anclada a una serie de supuestos que la significan y que son los mismos que articulan el discurso neoliberal y su correspondiente sociedad de mercado. Son los mismos que forman parte relevante de los contenidos producidos y reproducidos por la educación en negocios. Estas premisas intentan explicar ciertas características de las personas, insistiendo además en el constructo de 'naturaleza humana', metáfora biologicista que releva aquello dado e inmutable que define a una identidad. Estas premisas básicas de la ambición pueden ser explicitadas como: a) las personas están centradas en su interés individual y se orientan preferentemente a las maximización de sus utilidades; b) los individuos no debieran enfrentar obstáculos en su esfuerzo por satisfacer su interés individual a través de transacciones económicas, y c) virtualmente todas la interacciones humanas son interacciones



económicas (Walker, 1992). Como ya anunciamos más arriba, esta concepción de la 'naturaleza humana' se relaciona estrechamente con aquello de la 'mano invisible' de Adam Smith, explicitado en su clásico "La Riqueza de las Naciones" de 1776. Esta mano invisible se refiere a un espontáneo proceso de funcionamiento de los mercados que aseguraría que los individuos, mientras van detrás de su interés individual, *naturalmente* actuarían de un modo tal que el bien común sería el resultado obvio. No obstante esta buena intención planteada por Smith, el tiempo ha demostrado que los mercados no se regulan solos y que, en ciertos casos su operación al libre albedrío puede desbordarse.

Tratar de dar una explicación sobre por qué los mercados no lograron regularse solos es una empresa mayor que excede el propósito de esta humilde reflexión. No obstante, podemos al menos contribuir mencionando que la concepción de naturaleza humana entregada por dicha mirada es por lo bajo simplista. Junto con

“La educación en negocios tradicional no problematiza la ambición y sus efectos”

esto, la concepción de sociedad como sinónimo de mercado es también básica y elemental, pues supone que para ejercer esa motivación por el interés individual no debieran haber trabas o regulaciones, y esto excede el alcance de quienes definen las regulaciones y su opción de no ponerlas. La sociedad no es transparente, su articulación es compleja y siempre amenazada por fisuras e incompletitudes. Con esto quiero decir, que la misma construcción de esas motivaciones individuales guiadas por la maximización de la satisfacción no es algo que ocurra de igual manera en todas las personas. Luego, el acceso a esa maximización tampoco es igual. En efecto, aquello que se define como talento necesario para dicha competencia es un constructo atravesado de inequidades. Lo

mismo que las oportunidades para acceder a los bienes o beneficios y así muchos etcéteras.

Si más encima, la motivación por la maximización de los beneficios individuales se instala sobre el supuesto de que dichos beneficios son acotados, lo que se construye es un campo de franca y ruda competencia. Competencia que se daría en un terreno no regulado, (pero desigual), donde la sola motivación individual (no) alcanza a ser el motor de dicho mecanismo. Por lo tanto, se trataría de desplegar todos los esfuerzos posibles por lograr acaparar los bienes escasos y así poder asegurar que estamos maximizando nuestros beneficios. Como no deben haber regulaciones, no hay máximos ni mínimos, solo rienda suelta al interés

individual. De este modo la ambición no se cuestiona, sería el resultado natural de esta también natural inclinación a racionalizar nuestros esfuerzos en la búsqueda de un bien. Incluso debiéramos pensar que a mayor ambición mayor movilidad de los mercados y por lo tanto mayor movilidad social. Esto pone a la ambición en una posición que la protege de la problematización. Si queremos abordarla críticamente habría que echar mano de un discurso diferente, por ejemplo el de la ética. No obstante, la ética fue desde un principio puesta en un carril muy separado por la teoría neoclásica, Smith ya sostenía que en la esfera económica, la moral está reemplazada por la acción de la mano invisible (Walker, 1992). Un muy conveniente argumento circular.

La educación en negocios juega un rol fundamental en la producción y reproducción de esta ambición. En su discurso articulante (Mandiola, 2013; Mandiola y Ascorra, 2010), el individualismo y el pragmatismo hegemónizan los contenidos y dan forma al fin para el cual los negocios juegan un rol en sociedad. Al enfatizar el valor de la ganancia individual donde sólo el resultado final justifica los esfuerzos, contribuimos a entrenar en ambición más que educar en negocios. Entrenar en 'desear ardientemente' ganancias y beneficios. Mientras desde la educación fallemos en problematizar está práctica, en develar sus claroscuros, y en especial en mostrar que el terreno en el que se despliega no concurre a favorecer su despliegue, estaremos contribuyendo en fomentar las inequidades que el mismo produce. El límite entre lo que es legal o moral es una línea delgada que merece ser discutida, de lo contrario seguiremos asistiendo al enriquecimiento exagerado,



deforme, oscuro e insensible. Dentro de las externalidades están (pero no mencionan) los que pierden siempre, porque para algunos la mano es de verdad invisible. Pero eso no es una preocupación para el sistema, desde su mirada superficial, si aquellos que pierden se esforzaran más, podrían ganar.

Desde otra mirada

Una relación de subordinación sólo puede denunciarse desde un discurso diferente (Laclau y Mouffe, 1985). Esto nos deja al menos espacio para levantar preguntas apelando a la ética como elemento articulador. Algunas de estas preguntas pueden

ser: ¿es la búsqueda permanente de la maximización de los beneficios un motivador ético?, ¿son sólo las motivaciones individuales las que están en juego?, ¿el tipo de bienes o beneficios que se busca juega algún rol?, si hay competencia algunos ganan y otros pierden ¿qué pasa con los pierden? Perder es consustancial a ganar, para ganar hay que superar a otros, entonces ¿quiénes ganan y quiénes pierden? ¿la mano invisible distribuye los bienes? ¿a la larga todos ganan y todos pierden? o ¿ganan siempre los mismos?, ¿pierden siempre los mismos?

Con esta mirada crítica busco ir más allá de una simple refutación o descalificación de

la ambición. Muy diferente, intento relevar la problemática naturaleza de la verdad que la ambición neoliberal engendra en esta construcción de lo social. Busco también apelar al rol clave que juega la educación en negocios en este proceso. Es por ello que trato de hacer visible la construcción política del concepto, la que actúa en la superficie de lo inteligible, proponiendo un cierto tipo de persona, cierto tipo de trabajo y cierto tipo de sociedad que no se cuestiona en las aulas. Finalmente, lo que aparece como más riesgoso es su pretendida ubicuidad, a saber, la ambición como motor necesario y permanente del quehacer emprendedor en el amplio espectro de lo social. La ambición buena de Gekko ■



Referencias

López, F. (2016) Industria de AFP chilena: ¿Cuánto gana y cuánto debería ganar? *Revista de Análisis Económico* Vol. 31 n° 2.

López, R., E. Figueroa y P. Gutierrez (2016) Fundamental accrued capital gains and the measurement of top incomes: an application to Chile *Journal of Economic Inequality* Vol. 14, n° 4, pp 379 – 374

Laclau, E. y Mouffe, C. (1985) *Hegemonía y estrategia socialista*. Editorial S XX. Buenos Aires.

Mandiola, M. (2013) Management Education in Chile: from politics of pragmatism to (im)possibilities of resistance *Universitas Psychologica, Pontificia Universidad Javeriana, Bogotá*. Vol. 12, n° 4, pp 1085 – 1098.

Mandiola, M. y Ascorra, P. (2010) Chilean management education: rhetoric of pragmatism, consumerism, individualism and elitism. *Cadernos EBAPE.BR* Vol. VIII n° 2 pp.371 -387.(ISSN: 1679 – 3951) (SciELO; Latindex)

Seutjens, T., Zeelenberg, M., Breuelmans, S. y van de Ven, N. (2015) Defining Greed. *British Journal of Psychology*, 106, 505 – 525.

Slatter, M. (2012) The Secret Life of Greed. *Anglican Theological Review*. 96.3

Sturla, G., S. Accorsi, R. López y E.

Figueroa (2016) Nuevas Estimaciones de la Riqueza Regalada a las Grandes Empresas de la Minería Privada del Cobre: Chile 2005-

2014 *Serie Documentos de Trabajo n°435 Departamento de Economía Universidad de Chile*

Verbug, R. (2015) Bernard Mandeville's vision of social utility of pride and greed. *European Journal of History of Economic Thought*. Vol 22 n° 4, 662-691.

Walker, J.S. (1992) "Greed is Good"...or is it? Economic Ideology and Moral tension in a Graduate School of Business. *Journal of Business Ethics* 11: 273-283.