

## Resumen

¿Existe algún papel para la responsabilidad social corporativa en una economía de mercado? Los economistas suelen argumentar que la única responsabilidad de la empresa es la maximización del valor para sus propietarios, y que cualquier otra restricción o demanda es innecesaria, e incluso perjudicial, para el funcionamiento eficiente de una economía de mercado. Este artículo discute las fortalezas y debilidades de la argumentación de los economistas, y propone un papel para la responsabilidad social corporativa, pero identificándola con la responsabilidad ética propia de toda persona y organización.

*Palabras clave:* contratos, eficiencia, ética, maximización del valor, responsabilidad social corporativa, valor social.

## Abstract

Is there a role for corporate social responsibility in a free market economy? Economists usually argue that the company's sole responsibility is the maximization of value for its owners and that any other restriction or demand is unnecessary and even harmful for the efficient working of a market economy. This article discusses the strengths and weaknesses of the line of argument used by economists and puts forward a role for corporate social responsibility, but identifying it with the ethical responsibility pertaining to every person and organization.

*Key words:* contracts, efficiency, ethics, maximization of value, corporate social responsibility, social value.

*JEL classification:* M14.

# ECONOMÍA DE MERCADO Y RESPONSABILIDAD SOCIAL DE LA EMPRESA

Antonio ARGANDOÑA

IESE, Universidad de Navarra

## I. INTRODUCCIÓN (\*)

**L**A revista *The Economist* publicó en enero de 2005 un *survey* sobre la responsabilidad social corporativa (RSC), uniéndose al debate sobre el sentido y la necesidad de ésta en una economía de mercado. Su tesis, ampliamente compartida entre los economistas, fue enunciada hace años por Milton Friedman (1962, 1970): una empresa que maximiza sus beneficios, actuando dentro de la ley y de las reglas éticas que son propias de una economía de mercado, está cumpliendo todas sus responsabilidades sociales y morales, y no tiene por qué someterse a otro tipo de restricciones o demandas. Pero esta tesis es discutida por otros muchos autores.

Este artículo trata de responder a la pregunta de si hay un papel para la RSC. En el apartado II se discuten los argumentos económicos acerca de la maximización del valor para el propietario y para la sociedad, y el tratamiento de la empresa como nexo de contratos. En el apartado III se discuten los distintos argumentos acerca del posible papel de la RSC en el paradigma económico. El artículo acaba con las conclusiones.

## II. EL OBJETIVO DE LA EMPRESA EN EL PARADIGMA ECONÓMICO

### 1. La maximización del valor para el propietario

En la teoría de la empresa es común partir de la hipótesis de

que la empresa actúa «como si» el objetivo de sus directivos fuese la maximización de los beneficios o del valor de la empresa para el propietario (Friedman, 1953). Lo que a nosotros nos interesa es la vertiente normativa de esa proposición. ¿Por qué, por ejemplo, Friedman (1962: 133) afirma que «hay una y sólo una responsabilidad de la empresa: usar sus recursos en actividades encaminadas a maximizar sus beneficios, en la medida en que observe las reglas del juego, es decir, que actúe dentro de la libre competencia, sin engaño ni fraude»?

La respuesta hay que buscarla en un supuesto de la conducta humana que es básico en el paradigma de la ciencia económica (1): el «principio económico» (Mises, 1949) o principio de eficiencia, de acuerdo con el cual el ser humano trata siempre de conseguir los mejores resultados con los recursos escasos disponibles, o de minimizar los recursos necesarios para alcanzar un objetivo deseado. Este principio se basa en la concepción del agente económico como alguien con recursos, evaluador y maximizador (Meckling, 1976), y podemos aceptarlo, al menos, como un componente importante de la conducta humana.

Esto se aplica también a las instituciones y organizaciones de carácter económico, tanto las creadas como órdenes espontáneos (el mercado) como las debidas a la inventiva del hombre (las empresas): deben perseguir la máxima eficiencia, medida como la diferencia (o cociente) entre los

resultados conseguidos y el coste de oportunidad de los recursos empleados. De ahí que se afirme que la función social de las instituciones y organizaciones económicas sea la mayor creación de riqueza posible, dadas las restricciones vigentes (los recursos y la información disponibles y las preferencias de los agentes económicos).

¿Cómo se consigue esto? La ciencia económica muestra que, bajo ciertas condiciones, la máxima eficiencia (un óptimo de Pareto) se consigue cuando las empresas maximizan sus beneficios (Winch, 1971), o mejor, cuando los directivos maximizan el valor del capital para los propietarios (2). De ahí la conclusión de que las empresas *deben* maximizar dicho valor: como instituciones económicas que son, ésta es su única responsabilidad porque, al cumplirla, optimizan su aportación a la sociedad. Y cualquier otra responsabilidad que les impida maximizar el valor será indeseable (3).

Las condiciones que deben cumplirse para que la maximización de valor lleve al óptimo son, principalmente, la existencia de competencia perfecta en todos los mercados (los bienes y factores son idénticos en cada mercado; hay libertad de intercambio, de entrada y de salida; compradores y vendedores tienen información perfecta sobre el precio, así como las características y la disponibilidad de los bienes y factores, y tanto los compradores como los vendedores no pueden afectar al precio) y la ausencia de bienes públicos y de efectos externos (de modo que los precios reflejen plenamente todos los costes y beneficios sociales).

Obviamente, estas condiciones no se cumplen nunca, pero los resultados pueden ser corregidos mediante regulaciones que reduzcan

el poder de mercado, amplíen la información disponible, eliminen barreras de entrada y salida, provean públicamente los bienes públicos, corrijan los efectos externos, etc.; regulaciones que, al menos en teoría, pueden acercarse al óptimo conseguido en condiciones competitivas. En todo caso, si, debido a fallos en las regulaciones, no se cumplen las condiciones para un óptimo, no hay motivos para pensar que los instrumentos de la RSC (que sustituyen las regulaciones públicas por acuerdos privados, códigos voluntarios de conducta, supervisión por organizaciones no gubernamentales, etc.) vayan a mejorar el resultado social.

La tesis de Friedman no es, por tanto, arbitraria. En definitiva, equivale a afirmar que el objetivo de la empresa como institución económica es contribuir a la máxima eficiencia del sistema, y esto se consigue cuando la diferencia entre el valor generado por la empresa y el coste de oportunidad de los recursos empleados por ella es máxima; y esa diferencia, bajo ciertas condiciones, es el beneficio generado para el propietario del capital.

## 2. La maximización del valor social

Las condiciones para el óptimo competitivo implican la maximización del «valor social» (Jensen, 2001), que vendrá dado por la diferencia entre el valor (subjetivo) que el consumidor atribuye al bien consumido y el coste de oportunidad de producirlo, cuando aquel valor incluye todas las características positivas (netas) para la sociedad, y el coste incluye todos los costes de oportunidad en que haya incurrido la sociedad (Salas, 2004). O sea, el máximo valor social vendrá a coincidir (aproximadamente) con la maximización de

los excedentes del consumidor y del productor en todos los mercados de bienes, servicios y recursos, independientemente de quién o quiénes se apropien esos excedentes.

El excedente del consumidor se maximiza cuando, dados las preferencias del consumidor y el precio del producto, la utilidad que se deriva de cada unidad consumida es máxima. Y el excedente del productor se maximiza cuando, dados la tecnología disponible y los precios del producto y de los factores, los costes sociales de producción son mínimos. Ahora bien, la maximización del valor para el propietario se lleva a cabo mediante la apropiación de al menos una parte de ambos excedentes, y esto puede implicar la no optimización del valor social. Sin pretensiones de abarcar todos los casos posibles, veamos cómo esto puede tener lugar en cuatro situaciones concretas.

La primera hace referencia a la apropiación del excedente del consumidor por el productor. Esa apropiación es máxima con una discriminación de precios perfecta, que sólo es posible en condiciones de monopolio. Ahora bien, toda limitación de la competencia implica la reducción de la cantidad ofrecida para hacer subir el precio, y esto reduce el excedente del consumidor, lo cual nos aleja del óptimo. De ahí la condición de competencia perfecta.

El segundo caso es paralelo al primero, referido ahora a la apropiación del excedente del productor por el vendedor. La apropiación total sólo es posible en condiciones de discriminación de precios con monopsonio en los mercados de factores. Pero esto implica limitar la demanda de factores para reducir su precio, lo que es incompatible con el óptimo social. De

nuevo, este caso invoca la condición de competencia perfecta en todos los mercados.

El tercer caso hace referencia a la generación del excedente del productor cuando existen efectos externos (positivos o negativos) en la producción, de modo que el productor no carga con todos los costes (o no recibe todos los beneficios) derivados de su acción, sino que traslada parte de sus costes (o de sus beneficios) a terceros, como el medio ambiente (contaminación), la comunidad local (congestión del tráfico) o la sociedad en general (efectos desbordamiento de la investigación llevada a cabo por la empresa). Esto explica que se exija la coincidencia entre los costes sociales y privados.

El cuarto caso hace referencia a formas complejas de colaboración entre factores y entre unidades productivas para la creación de capacidades que permitan maximizar los excedentes del consumidor y del productor. En la economía convencional, la existencia de información perfecta elimina toda ventaja competitiva, de modo que todo producto se puede sustituir perfectamente por otros en condiciones competitivas, y todos los factores se remuneran de acuerdo con su aportación a la producción.

Pero cuando se elimina el supuesto de conocimiento perfecto, la posibilidad de generar innovaciones que aporten valor social lleva a la colaboración de factores productivos que invierten en activos (físicos, humanos u organizativos) específicos, formando equipos en los que participan clientes, proveedores, empleados, directivos, inversores, etc. Esto permite optimizar la creación de valor y la reducción de los costes (obtención de ventajas competitivas), pero

plantea problemas: de apropiación de las cuasi-rentas generadas, de gestión de los riesgos y de toma de decisiones en la empresa.

Supongamos, por ejemplo, que un empleado o directivo ha acumulado capital humano específico (por ejemplo, el conocimiento de los procesos internos de la empresa o de las preferencias de sus clientes), aumentando el excedente del consumidor (que está dispuesto a pagar más por los bienes) o el del productor (porque se reducen los costes o aumenta la productividad). Ese capital humano genera, pues, cuasi-rentas, cuya cuantía vendrá dada, en términos estáticos, por la diferencia entre el valor de la productividad marginal del empleado y el salario que éste podría recibir en otra ocupación alternativa.

El ejemplo del empleado que invierte en capital humano específico es fácilmente generalizable. En la empresa se acumula también capital físico específico, cuya rentabilidad caería considerablemente si se emplease en la producción de otros bienes, en otra localización o con otra tecnología u otra forma organizativa. Los proveedores desarrollan también capital específico que perdería rentabilidad si se emplease fuera de la relación con la empresa, y otro tanto ocurre con los clientes. Incluso los inversores desarrollan capital específico cuando utilizan su conocimiento de la empresa para comparar su capacidad de crear valor con otras alternativas.

Y tanto la empresa como los demás partícipes tendrán incentivos para apropiarse las cuasi-rentas así creadas. En el ejemplo del empleado que había adquirido capital humano específico, la empresa puede ofrecerle el mínimo salario necesario para que no se marche a otra empresa y siga acumulando

capital específico, y el empleado puede exigir el salario máximo que le permita mantener su puesto de trabajo sin ser despedido y sustituido por otro. ¿Qué efectos tendrá esa lucha sobre la creación de valor social y, por tanto, sobre la tesis de que la maximización del valor maximiza ese valor social? La respuesta se ha intentado desde la teoría de los contratos.

### 3. La empresa como nexo de contratos

Si la empresa debe ser gobernada de modo que se maximice el valor para los propietarios, ¿no significa eso que se concede a éstos un trato privilegiado? La respuesta de la ciencia económica es negativa: lo que se pretende es conseguir la máxima eficiencia económica, y ése es el medio para lograrlo. En todo caso, las demás partes interesadas (partícipes o *stakeholders*) están protegidas, mediante contratos suscritos con la empresa, como empleados, prestamistas, proveedores, clientes, etc., incluyendo contratos implícitos, como los que ligan a la empresa con la comunidad local o la sociedad en general; de ahí que el cumplimiento de la ley que regula los contratos sea condición necesaria para la maximización de la eficiencia.

La existencia de contratos debe resolver simultáneamente: 1) el problema de la toma de decisiones (quién decide qué hay que hacer para maximizar el valor) y el consiguiente control de todos los partícipes (el problema del «gobierno de la empresa»); 2) el del reparto del valor producido, y 3) el de la asunción de los riesgos por todos los partícipes (Boatright, 2002, Bradley *et al.*, 1999).

De acuerdo con la teoría contractual de la empresa, los pro-

pietarios contratan con los partícipes las condiciones en las que ellos contribuirán a la producción, a cambio de una remuneración cuyas condiciones están fijadas de antemano. De este modo, se resuelve el problema del reparto del valor del producto: si los contratos son voluntarios y libres, cada partícipe contractual recibe la parte pactada y los propietarios reciben el residuo. Otro tanto ocurre con los riesgos ordinarios: los partícipes contractuales reciben su remuneración sin riesgo, y todo el riesgo residual cae sobre los propietarios. Y si éstos asumen el beneficio y el riesgo residual, a ellos debe corresponder la toma de decisiones (que delegarán en los directivos a través de un contrato de agencia) y la correspondiente monitorización de los demás partícipes a través de mecanismos de mercado o de control interno (Jensen, 2001).

Pero la respuesta no es tan sencilla cuando hay contratos incompletos (por asimetrías de información, fraude, etc., que la ley no es capaz de evitar), cuando hay efectos externos (los contratos afectan a partícipes que no entran en la relación contractual) o cuando se producen inversiones en capital específico, porque el reparto de las cuasi-rentas tendrá efectos sobre los incentivos de las partes implicadas. Por ejemplo, en un equipo, la aportación de cada miembro al resultado total no puede determinarse si no es considerando el resultado conjunto del equipo: no se puede remunerar a cada uno de acuerdo con el valor de su productividad marginal, porque ésta no es independiente de la de todo el equipo y aun de la de toda la empresa. El contrato deberá, pues, mantener el incentivo para cooperar, de modo que se maximice el valor y no se perjudique a los partícipes.

Por otro lado, todos los que aportan capitales específicos, sea cual sea su naturaleza, corren un riesgo que no siempre puede diversificarse (trasladándolo, por ejemplo, a los propietarios del capital de la empresa), porque todos han llevado a cabo inversiones específicas que pierden valor fuera de la empresa y que, como hemos visto, pueden ser apropiadas por otros partícipes (Kaufman *et al.*, 2003).

En todo caso, los contratos deben ser completos en el sentido de que todos los afectados por las decisiones estén incluidos en el entramado de contratos que constituye la empresa. Y esto puede no cumplirse cuando los partícipes no contractuales cargan con parte de los costes (y beneficios) externos y asumen un riesgo en sus activos, y también cuando hay partes no representadas en esos contratos (por ejemplo, las generaciones futuras).

En definitiva, la tesis de que la toma de decisiones y el control de su ejecución debe correr a cargo de los propietarios supone que hay una estructura óptima de contratos que minimiza los costes de transacción, que resuelve los conflictos sobre el reparto de las cuasi-rentas y que es compatible con la optimización del valor social (4). Ahora bien, la distribución de las cuasi-rentas no puede llevarse a cabo a priori, antes de la aportación de capital específico, porque genera conductas de *free-rider*. Ni puede dejarse para una negociación a posteriori, cuando la producción ya se ha llevado a cabo, porque promueve la reapertura continua de la batalla por la distribución de las cuasi-rentas. Ni, desde luego, tiene en cuenta los intereses de los no incluidos en los contratos, salvo que los proteja la ley.

Se han propuesto varias soluciones para este problema. Una

de ellas es establecer mecanismos de gobierno de la empresa en que participen todos los afectados por el problema (por lo menos los que aportan capitales, humanos o físicos, específicos, así como los partícipes extracontractuales afectados, por ejemplo, por las externalidades), lo que quiebra la tesis de que la monitorización debe correr a cargo de los propietarios atendiendo únicamente a la maximización del valor para ellos (5).

Otra solución es ampliar la maximización del valor para incluir no sólo al capturado por los propietarios del capital, sino también a todos los derechos financieros de la empresa, incluidos los de prestamistas, inversores, etc. (Jensen, 2001). Sin embargo, esto no resuelve el problema de los propietarios de capital humano, o (no necesariamente) el de los proveedores y clientes externos.

Y otra solución son los «contratos relacionales» (Baker *et al.*, 2002), acuerdos informales entre las partes, que están motivadas a cumplirlos por los altos costes que su incumplimiento tiene para ellas respecto a sus relaciones futuras, aunque no serían exigibles ante, por ejemplo, un tribunal. Hay muchas relaciones de este tipo, tanto dentro de las empresas como con otros partícipes: códigos de conducta no escritos, acuerdos implícitos, relaciones informales entre proveedores y clientes o entre empresas de un mismo sector, etcétera; y todas ellas se basan, de algún modo, en la confianza.

### III. ¿HAY UN PAPEL PARA LA RESPONSABILIDAD SOCIAL CORPORATIVA?

Si la anterior discusión recoge suficientemente las fortalezas y debilidades del paradigma económico, ¿puede haber un papel

para la RSC? La discusión sobre este tema viene complicada por la existencia de posturas muy variadas, basadas en concepciones muy distintas de lo que cabe esperar de la empresa y de su papel en la sociedad.

Tomaré como punto de partida provisional un par de definiciones amplias, parecidas entre sí, de RSC. La primera, de la Comisión de las Comunidades Europeas (2001: 7): «la integración voluntaria, por parte de las empresas, de las preocupaciones sociales y medioambientales en sus operaciones comerciales y sus relaciones con sus interlocutores». Y la segunda, de David Vogel (2004: 3): «las políticas y programas de las empresas privadas que van más allá de los requisitos legales, como respuesta a las presiones y a las expectativas de la sociedad». Como veremos a lo largo de la exposición, esa «integración voluntaria» y esas «políticas y programas», también voluntarios, vienen a representar una exigencia ética para la empresa, más allá de las «preocupaciones sociales y medioambientales» y de las «presiones y expectativas de la sociedad».

### 1. Responsabilidad social y objetivo de la empresa

En el paradigma económico, el objetivo de la empresa es la eficiencia. Pero ¿debe regirse sólo por ese criterio o hay otras dimensiones que son relevantes? La producción de bienes y servicios con eficiencia económica es, sin duda, una importantísima función social de la empresa, pero ¿es su único objetivo?

La respuesta es, probablemente, negativa. No hay instituciones puramente económicas, sino instituciones u organizaciones con dimensiones económicas,

políticas, éticas, ... (Pérez López, 1993). La empresa es, pues, una institución económica, pero también sociológica, cultural, política, ética, ... estudiada por diversas disciplinas, con enfoques y modelos distintos, en términos de eficiencia, pero también de poder, conflicto, legitimidad, demandas sociales, sentido, cultura, ... (Lozano, 2000).

Desde este punto de vista, la RSC vendría a ser el recordatorio, en el plano normativo, de esas otras dimensiones, como el respeto a la dignidad de los empleados, la resolución de conflictos dentro de la empresa y con su entorno, etc. De algún modo, se podría decir que éstas son exigencias a la empresa como organización humana, anteriores a su consideración como organización económica. Y esto nos acerca a un concepto de RSC que viene a coincidir con el de la ética, enlazando con la tesis de Friedman (6).

En todo caso, este criterio no se aplicaría a las versiones de la RSC en las que se subraya su función filantrópica y su carácter voluntario, que serían admisibles sólo en cuanto los directivos de la empresa tengan la autorización, explícita o implícita, de sus propietarios para llevarlas a cabo (7).

### 2. Responsabilidad social y eficiencia

El argumento que acabamos de presentar puede formularse de otro modo, a propósito del concepto de eficiencia. En el paradigma económico, la eficiencia en la empresa se define y se mide en términos de la cuenta de resultados, es decir, incluyendo todo, y sólo, lo que figura en los flujos presentes y futuros de ingresos y gastos —de fines y medios—, medidos en términos monetarios o

convertibles a ellos. Y ésta sería la medida adecuada si esos fuesen los únicos relevantes, es decir, si no hubiese otros fines distintos de los que pueden evaluarse por los ingresos de la empresa, y otros medios que aquellos cuyos costes figuran en el cálculo del resultado económico, es decir, si no hubiese que tener en cuenta aspectos no mensurables, como los aprendizajes de actitudes y valores de los agentes o sus deterioros morales (8).

Desde este punto de vista, el papel de la RSC podría ser el de recordatorio de la existencia de otros fines y otros medios, de otros «ingresos» y otros «costes», incluyendo, por ejemplo, los cambios en la función de preferencias inducidos por las decisiones humanas o los efectos externos (medioambientales, por ejemplo, pero también morales) de las decisiones. Dicho de una manera más tajante: la maximización de la eficiencia sería realmente un óptimo absoluto si se pudiesen tener en cuenta todos los efectos positivos o negativos —económicos, políticos, sociales y morales— sobre el agente que decide y sobre todos los demás agentes, presentes y futuros, de las decisiones, en un horizonte temporal ilimitado. Pero esto no es posible. Necesitamos, pues, un marco moral que les oriente sobre cómo actuar. Y ése es el papel de la ética (9). O sea, la RSC vuelve, de nuevo, a identificarse con la ética.

### 3. Responsabilidad social y beneficios

El caso más sencillo de aceptación de la RSC sería aquel en que la empresa ejerce su responsabilidad social llevando a cabo acciones que favorecen, o al menos no impiden, la maximización del valor para los propietarios (Avi-Yonah,

2005). Esto puede tener lugar, por ejemplo, cuando los consumidores están dispuestos a pagar un precio más alto porque perciben un valor mayor en los bienes obtenidos (por ejemplo, porque la empresa cuida el medio ambiente más allá de lo que exige la ley, o porque practica reglas de comercio justo), o cuando los costes se reducen como consecuencia de las acciones de RSC (por ejemplo, por una mayor dedicación de los empleados, o por la reducción de los costes de regulación gracias a la auto-regulación). Pero si las empresas actúan tratando de maximizar el valor y la RSC concurre a ese resultado, la RSC no añade nada relevante, salvo que se interprete como un medio (entre otros) para identificar oportunidades de negocio, lo que supone dejar de considerarla como un ejercicio de responsabilidad social.

Por otro lado, sostener que las empresas con RSC maximizan el valor tan bien como las demás, o incluso mejor que ellas, es un argumento dudoso. En la realidad encontramos todo tipo de combinaciones entre eficiencia y responsabilidad; los resultados empíricos no son concluyentes (10). Además, si todas las empresas fuesen socialmente responsables, desaparecerían las ventajas (en términos de diferenciación de producto, por ejemplo, o de menores costes de producción) que cada una recibiría de su actuación responsable.

#### **4. La responsabilidad social y las condiciones de un óptimo competitivo**

De acuerdo con la argumentación de los economistas, si se cumplen las condiciones de un óptimo competitivo no hay lugar para la RSC. Y si no se cumplen esas con-

diciones, la regulación podrá garantizar la consecución de aquellos resultados óptimos, y de nuevo la RSC sería innecesaria. Pero si no lo garantiza, cabe un papel para la RSC. Por ejemplo, la ley suele ser reactiva, mientras que la RSC puede ser proactiva; la ley suele ser incompleta, y no considera todos los detalles relevantes que la RSC puede tener en cuenta; la regulación puede presentar problemas, como el de la «captura del regulador», que la RSC puede evitar, etc. Pero esto nos lleva, en definitiva, a la RSC como un ejercicio de responsabilidad, es decir, como un deber moral.

La RSC sería, pues, un sustituto o un complemento de la ley y la regulación, compensando la falta de competencia en los mercados (por ejemplo, pagando salarios competitivos en un mercado de trabajo en el que la empresa tiene poder monopsonístico), internalizando los efectos externos (reduciendo la contaminación, mejorando la seguridad de los productos, etc.) o proveyendo bienes públicos de forma privada (mediante acciones filantrópicas) (11).

Esta propuesta no carece, sin embargo, de problemas. El primero de ellos es el de los incentivos: ¿por qué una empresa ha de aplicar criterios de RSC cuando esto contradice el objetivo de maximización del valor? Aquí habría que invocar la ética como una fuerza obligatoria de carácter interno (acompañada quizá de la «coactividad» de las normas sociales).

Pero, además, ¿están las empresas en mejores condiciones que el legislador a la hora de determinar las causas de las desviaciones del óptimo, y disponen de los medios necesarios para corregirlas? En principio, la RSC es inferior a la regulación en eficacia y en efi-

ciencia, porque la empresa no siempre tiene los medios de análisis y la visión de conjunto necesarios para tomar decisiones que afectan a toda la sociedad, ni puede superar fácilmente las conductas oportunistas que se pueden presentar en situaciones de auto-regulación, de modo que la RSC no pueden garantizar la consecución de la eficiencia máxima, y a menudo ni siquiera un efecto positivo sobre el bienestar social (Kapstein, 2001).

Con todo, la RSC puede complementar la regulación, sobre todo en casos que la norma general no puede recoger, o cuando, debido a fallos del Estado, la ley o la regulación llevan lejos del óptimo social. Y esto nos lleva, de nuevo, a la consideración de la RSC como una manifestación más de la responsabilidad que toda persona e institución tiene por las consecuencias de todas sus acciones, una responsabilidad, ante todo, ética que puede ser también legal (cuando la ley la recoge) y social (cuando la sociedad la exige), pero que no tiene por qué coincidir con ellas.

#### **5. La responsabilidad social en el nexo de contratos**

En teoría, el reparto de tareas y cuasi-rentas dentro de la empresa y con sus partícipes externos, y la coordinación de las tareas, podrían encomendarse a los contratos. En la práctica, como ya sugerimos, hay razones para pensar que los contratos pueden no ser suficientes para desarrollar las capacidades distintivas que necesita la empresa mediante inversiones en capital específico, en el entorno de cooperación y confianza, aprendizaje e innovación que es necesario para la creación de valor social.

Esta confianza se basará, por ejemplo, en la convicción de que las relaciones en la empresa vienen presididas por criterios de justicia en el reparto de las cuasi-rentas generadas. Cuando los contratos no puedan generar esa confianza, entonces puede haber un papel para la RSC, que viene a coincidir, de nuevo, con el de la ética (12), en la medida en que la creación de valor social suponga la cooperación entre clientes, proveedores, empleados, directivos, instituciones financieras y empresa.

Hay aún otro sentido en el que la RSC puede tener un lugar dentro de la praxis de la dirección de empresas. Porque la maximización del valor para los propietarios es un supuesto metodológico para explicar cómo actúan las empresas («como si» maximizasen ese valor), e incluso podría ser considerado un criterio para la evaluación de la actuación de los directivos, pero no es un principio operacional para dirigirlos. Por tanto, los directivos pueden necesitar una variedad de criterios, principios y reglas, entre los cuales puede tener cabida la RSC. Y, de hecho, algunas propuestas sobre la RSC la entienden como una técnica de dirección o un área de gestión. Pero esto implica despojarla de su función normativa.

#### IV. CONCLUSIONES

Friedman (1970: 138) afirmaba que la responsabilidad de la persona a la que se atribuye la gestión de la empresa es «llevarla a cabo de acuerdo con sus deseos [de los propietarios], que generalmente serán ganar tanto como sea posible, actuando de acuerdo con las reglas básicas de la sociedad, tanto las incorporadas en la ley como las incluidas en las costumbres éticas». Se trata de un argumento normativo de carácter privado: eso

es lo que los directivos tienen obligación de hacer, de acuerdo con criterios de justicia, porque eso es lo que los propietarios esperan. Pero si «la responsabilidad social de las empresas es aumentar sus beneficios», estamos ante un argumento normativo de carácter social. La función social de la empresa es la eficiencia económica: la creación del máximo valor posible, más allá del que sus participantes pueden conseguir individualmente y a través del intercambio en el mercado.

A pesar de las numerosas críticas que se le han dirigido, la posición de Friedman no es arbitraria. La empresa es una institución económica y, como tal, debe actuar con criterios de eficiencia que forman parte de su función social. Pero, como ya hemos mostrado, esos criterios no son suficientes. ¿Significa esto que hay un papel para la RSC? Nos parece que la respuesta es afirmativa, pero no tal como se entiende a menudo en los libros y artículos sobre este tema. Como técnica de gestión, o como actividad voluntaria consentida por los propietarios, la RSC no necesita justificación, pero tampoco tiene una función normativa. Y cuando se le atribuye esa función normativa, cuando se sostiene que las empresas *deben* tener en cuenta la RSC, la estamos identificando con la ética. Por decirlo de una manera tajante, no existe la RSC; existe la responsabilidad que la empresa tiene, lo mismo que todas las personas y todas las organizaciones. Y esa responsabilidad es de naturaleza ética.

¿Volvemos, pues, a la tesis de Friedman de que la responsabilidad de la empresa es la eficiencia, siempre dentro de lo establecido por la ley y por la ética? No exactamente, por dos razones. Primera: Friedman considera a la ética como un conjunto de normas so-

ciales aceptadas para la convivencia, para evitar el engaño y el fraude (un complemento de la ley, porque ésta no puede abarcar todas las situaciones relevantes), y no como un conjunto de criterios, valores y virtudes para la toma de decisiones. Su concepto de ética es, pues, insuficiente como guía de las decisiones humanas.

Y segunda, porque Friedman considera que la decisión económica es autónoma e independiente de la ética, que, junto con la ley, es sólo una restricción externa. Mientras que el punto de vista que aquí presentamos es que las decisiones tienen varias dimensiones que están siempre interconectadas. No se trata de tomar decisiones eficientes una vez tenidas en cuenta las restricciones señaladas por la ley y por la ética, sino de tomar decisiones que sean, a la vez, éticas y eficientes. La ética de mínimos no es suficiente cuando estamos analizando el comportamiento óptimo del directivo.

#### NOTAS

(\*) Este trabajo forma parte de las investigaciones de la cátedra Economía y Ética, del IESE. Agradezco la financiación de la Fundación José y Ana Royo, y los comentarios de los profesores S. Ramakrishna Velamuri y Joan Enric Ricart.

(1) No hay «un» paradigma económico, sino muchos. El que aquí presentamos es el de la «economía neoclásica», de acuerdo con la tesis de Friedman. La alternativa austriaca merece especial mención; véase HUERTA DE SOTO (1999).

(2) Esto se aplica en un entorno con incertidumbre cuando la toma de decisiones en la empresa está separada de la propiedad, el *stock* de capital es endógeno y la decisión forma parte de un proceso intertemporal.

(3) El primer teorema del bienestar, que muestra que un equilibrio competitivo es un óptimo paretiano, equivale a introducir la «mano invisible» en el proceso. A partir de él, dado que cualquier distribución de recursos puede llevar a un óptimo paretiano, se puede llevar a cabo una «división del trabajo» entre el criterio de eficiencia (garantizado por las condiciones del equilibrio competitivo) y el de justicia (variando la distribución inicial

de recursos de modo que se consiga el óptimo con la distribución de la renta deseada). Esto resuelve (al menos en teoría) el problema de la justicia en la distribución (HAUSMAN, 2003).

(4) La estructura de contratos puede resolver las disputas sobre el capital físico (alienable), pero no sobre el capital humano ni sobre los incentivos de los contratistas ajenos a la empresa (proveedores y clientes), que poseen activos específicos cuyo valor se ve alterado por las decisiones de la empresa, y ese valor no puede protegerse en un contrato (GIBBONS, 2004).

(5) Ésta es la propuesta de KAUFMAN *et al.* (2003).

(6) Para un resumen de las teorías de la RSC, incluidas las éticas, *cfr.* GARRIGA y MELÉ (2004).

(7) Aquí tendría vigencia el criterio deontológico, de acuerdo con el cual los directivos tendrían con los propietarios una obligación fiduciaria de actuar de acuerdo con los deseos y las instrucciones de éstos (HASNAS, 1998).

(8) Como explica ILLANES (1994: 31), «la eficiencia es una cualidad de la que se habla cuando se considera “lo útil para”, lo “válido en orden a”, es decir, cuando nos situamos en el contexto de la conexión o relación entre medios y fines. De ahí la complejidad de toda afirmación de eficiencia, y particularmente toda afirmación de eficiencia que vaya más allá del nivel técnico en sentido estricto o restringido, es decir, que no se limite a señalar la capacidad de un determinado medio para producir un determinado fin (...). Un discurso que se desarrolla en términos de eficiencia es, por eso, un discurso incompleto, suspendido en el vacío; o bien, en otros casos, un discurso que no pone de manifiesto sus implícitos, pues está presuponiendo un determinado fin, aunque a veces no lo manifieste de forma clara».

(9) Por eso, ARGANDOÑA (1989) afirma que la ética es la condición de equilibrio de todos los sistemas humanos.

(10) MARGOLIS y WALSH (2003) hacen un excelente resumen de los intentos de encontrar una relación entre RSC y beneficios, y de los problemas metodológicos y prácticos que ese intento plantea.

(11) Véase en REINHARDT (2004) un estudio de los problemas creados cuando se intenta internalizar los efectos externos y la provisión privada de bienes públicos.

(12) ROSANAS (2004) explica las condiciones que se deben dar para que, con racionalidad limitada (*bounded rationality*), se cree confianza en una organización, cuando los agentes actúan movidos por «intereses elevados» y resisten la tentación del oportunismo. En estas

condiciones, la RSC (entendida de nuevo como responsabilidad ética) puede permitir una aproximación al óptimo social a largo plazo.

#### BIBLIOGRAFÍA

ARGANDOÑA, A. (1989), «Relaciones entre economía y ética», IESE, *Working paper*, n.º 166.

AVI-YONAH, R. S. (2005), «The cyclical transformations of the corporate form: a historical perspective on corporate social responsibility», University of Michigan Law School, *Working paper*, n.º 38.

BAKER, G.; GIBBONS, R., y MURPHY, K. J. (2002), «Relational contracts and the theory of the firm», *Quarterly Journal of Economics*, 117.

BOATRIGHT, J. R. (2002), «Ethics and corporate governance: justifying the role of shareholder», en BOWIE, N. E. (ed.), *The Blackwell Guide to Business Ethics*, Blackwell, Oxford.

BRADLEY, M.; SCHIPANI, A.; SUNDARAM, A. K., y WALSH, J. P. (1999), «The purposes and accountability of the corporation in the contemporary society: corporate governance at the crossroads», *Law and Contemporary Problems*, Duke University, 62.

COMISIÓN DE LAS COMUNIDADES EUROPEAS (2001), Libro Verde: *Fomentar un marco europeo para la responsabilidad social de las empresas*, Comisión de las Comunidades Europeas, Bruselas.

FRIEDMAN, M. (1953), «The methodology of positive economics», en FRIEDMAN, M., *Essays in Positive Economics*, University of Chicago Press, Chicago.

— (1962), *Capitalism and Freedom*, University of Chicago Press, Chicago.

— (1970), «The social responsibility of business is to increase its profits», *The New York Times Magazine*, 13 de septiembre. Reproducido en HOFFMAN, W. M., y FREDERICK, R. E. (eds.), *Business Ethics. Readings and Cases in Corporate Morality*, McGraw-Hill, Nueva York, 1995, tercera edición.

GARRIGA, E., y MELÉ, D. (2004), «Corporate social responsibility: mapping the territory», *Journal of Business Ethics*, 53.

GIBBONS, R. (2004), «Four formal(izable) theories of the firm?», MIT Department of Economics, *Working paper*, 04-34.

HASNAS, J. (1998), «The normative theories of business ethics: a guide for perplexed», *Business Ethics Quarterly*, 8, 1.

HAUSMAN, D. M. (2003), «Philosophy of economics», en ZALTA, E. N. (ed.), *Stanford Encyclopedia of Philosophy*, <http://plato.stanford.edu/entries/economics> (consultado en abril de 2005).

HUERTA DE SOTO, J. (1999), «The ethics of capitalism», *Journal of Markets and Morality*, 2, 2.

ILLANES, J. L. (1994), «El mercado: ética y eficiencia», en MELÉ, D. (ed.), *Ética, mercado y negocios*, Eunsa, Pamplona.

JENSEN, M. C. (2001), «Value maximization, stakeholder theory, and the corporate objective function», *Journal of Applied Corporate Finance*, 14.

KAPSTEIN, E. (2001), «The corporate ethics crusade», *Foreign Affairs*, septiembre/octubre.

KAUFMAN, A.; ENGLANDER, E., y WOOD, C. H. (2003), «A team production model of corporate governance revisited», George Washington University School of Business and Public Management, *SMPP Working paper*, 03-03.

LOZANO, J. M. (2000), «Companies and society. Ethical responsibilities», en VERSTRAETEN, J. (ed.), *Business Ethics. Broadening the Perspectives*, Peeters, Leuven.

MARGOLIS, J. D., y WALSH, J. P. (2003), «Misery loves companies: rethinking social initiatives by business», *Administrative Science Quarterly*, 48.

MECKLING, W. H. (1976), «Values and the choice of the model of the individual in the social sciences», *Schweizerische Zeitschrift für Volkswirtschaft und Statistik*, otoño.

MISES, L. (1949), *Human Action. A Treatise on Economics*, Yale University Press, New Haven.

PÉREZ LÓPEZ, J. A. (1993), *Fundamentos de la dirección de empresas*, Rialp, Madrid.

REINHARDT, F. L. (2004), «Environmental protection and the social responsibility of firms: Perspectives from the business literature», Harvard Business School, mimeo.

ROSANAS, J. M. (2004), «Bounded rationality, value systems and time-inconsistency of preferences as rational foundations for the concept of trust», IESE, *Working paper*, n.º 567.

SALAS, V. (2004), «El buen “performance” de la empresa», en *Segundas Jornadas sobre la singularidad de las Cajas de Ahorro españolas*, Federación de Usuarios de Cajas, Zaragoza.

THE ECONOMIST (2005), «The good company. A survey of corporate social responsibility», 22 de enero.

VOGEL, D. (2004), «Is there a market for virtue? A critical appraisal of corporate social responsibility», presentado a la *Transatlantic Business Ethics Conference*, Barcelona, 1-3 de octubre de 2004.

WINCH, D. (1971), *Analytical Welfare Economics*, Penguin Books, Harmondsworth.