



Universidad de Navarra

Documento de Investigación

DI nº 600

Julio, 2005

EMPRESA, ECONOMIA DE MERCADO
Y RESPONSABILIDAD SOCIAL

Antonio Argandoña*

Publicado por la Cátedra Economía y Ética

* Profesor de Economía, IESE

IESE Business School – Universidad de Navarra

Avda. Pearson, 21 – 08034 Barcelona, España. Tel.: (+34) 93 253 42 00 Fax: (+34) 93 253 43 43

Camino del Cerro del Águila, 3 (Ctra. de Castilla, km 5,180) – 28023 Madrid, España. Tel.: (+34) 91 357 08 09 Fax: (+34) 91 357 29 13

Copyright © 2005 IESE Business School.

EMPRESA, ECONOMIA DE MERCADO Y RESPONSABILIDAD SOCIAL

Resumen

The Economist publicó en enero de 2005 un *survey* sobre la responsabilidad social corporativa (RSC), uniéndose a un debate, que viene ya de antiguo, sobre el sentido y la necesidad de la RSC en una economía de mercado. La tesis del semanario inglés, ampliamente compartida entre los economistas, fue enunciada hace años por Milton Friedman (1962): 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 a partir del paradigma de la economía. No pretende, por supuesto, dar una respuesta definitiva, sino, simplemente, presentar las razones que permitan a cada uno llegar a su respuesta. En la primera parte 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 la segunda parte se discuten los distintos argumentos acerca del posible papel de la RSC en el paradigma económico. El artículo acaba con las conclusiones.

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

EMPRESA, ECONOMÍA DE MERCADO Y RESPONSABILIDAD SOCIAL

Introducción¹

The Economist publicó en enero de 2005 un *survey* sobre la responsabilidad social corporativa (RSC), uniéndose a un debate, que viene ya de antiguo, sobre el sentido y la necesidad de la RSC en una economía de mercado. La tesis del semanario inglés, ampliamente compartida entre los economistas², fue enunciada hace años por Milton Friedman (1962)³: 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 a partir del paradigma de la economía. No pretende, por supuesto, dar una respuesta definitiva, sino, simplemente, presentar las razones que permitan a cada uno llegar a su respuesta. En la primera parte 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 la segunda parte se discuten los distintos argumentos acerca del posible papel de la RSC en el paradigma económico. El artículo acaba con las conclusiones.

El objetivo de la empresa en el paradigma económico

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 propietario⁴) (Friedman, 1953). Esa hipótesis puede admitirse o rechazarse como base para la descripción de la conducta de la empresa, pero lo que a nosotros nos interesa es su vertiente normativa, cuando se afirma que la empresa *debe* actuar siempre de este modo. ¿Por qué, por ejemplo, Friedman (1962, pág. 133) afirma que «hay

¹ 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, Joan Enric Ricart y Nuria Mas. He tratado anteriormente de este tema en Argandoña (2003b). Una versión simplificada de este trabajo aparecerá publicada en *Papeles de Economía Española* con el título «Economía de mercado y responsabilidad social de la empresa».

² Dos excelentes ejemplos son Henderson (2001) y Sternberg (1994).

³ Su artículo más conocido sobre el tema es Friedman (1970).

⁴ En adelante, cuando se hable de maximización del valor, se referirá siempre a la maximización del valor para el propietario o accionista, a menos que se indique otra cosa (la maximización del valor social, por ejemplo).

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»?⁵.

La respuesta hay que buscarla en un supuesto de la conducta humana que es básico en el paradigma de la ciencia económica⁶: 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 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 maximizador⁷, y podemos aceptarlo, al menos como un componente importante de la conducta humana⁸.

Esto se aplica también a las instituciones y organizaciones de carácter económico, tanto las creadas como órdenes espontáneos (el mercado, por ejemplo) como las debidas a la inventiva del hombre (como las empresas): se supone que 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, como el mercado y la empresa, sea la creación de riqueza –o mejor, la mayor creación de riqueza posible, dadas las restricciones vigentes (por ejemplo, los recursos y la información disponibles y las preferencias de los agentes económicos): esto es, la máxima eficiencia.

¿Cómo se consigue esto? La ciencia económica muestra que, en equilibrio general y bajo ciertas condiciones, la máxima eficiencia (un óptimo de Pareto) se consigue cuando las empresas maximizan sus beneficios⁹ –o mejor, cuando los directivos maximizan el valor del capital para los propietarios (el valor de las acciones, si se trata de una sociedad anónima)¹⁰. 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 indeseable¹¹.

⁵ Otras referencias clásicas son Arrow (1973) y Hayek (1960). Es obvia la relación entre lo que se dice en el texto y la definición de economía como la ciencia que «trata de aquel aspecto de la conducta que surge de la escasez de medios para conseguir fines dados» (Robbins, 1932, pág. 24).

⁶ Obviamente, no hay «un» paradigma económico, sino muchos. El que aquí presentamos es el de la «economía neoclásica», y es el que más se compagina con la tesis de Friedman mencionada antes –y naturalmente, no hace justicia a otras propuestas. La alternativa austriaca merece especial mención; véase Huerta de Soto (1999). Véase un excelente tratamiento de estos temas en Sison (1995).

⁷ Se trata del modelo REMM (*resourceful, evaluating, maximizing man*) descrito en Brunner y Meckling (1977) y Meckling (1976). En lo que sigue no pretendo entrar en la discusión de ese fundamento antropológico, que nos llevaría muy lejos de nuestro objetivo.

⁸ Digo «en principio», porque los supuestos antropológicos en que se basa esta teoría han sido muy discutidos. También puede enfocarse como una exigencia de racionalidad: «Para los economistas clásicos, racionalidad (una palabra que ellos nunca usaron) significaba preferir más a menos, elegir la tasa de rendimiento más alta, minimizar el coste unitario y, sobre todo, perseguir el bienestar propio sin tener en cuenta explícitamente el bienestar de los demás» (Blaug, 1980, pág. 229; Gómez Biscarri, 2000).

⁹ Véase una demostración y la discusión de esas condiciones en Winch (1971); la referencia clásica es Arrow (1968). La tesis de que la maximización del accionista es también un mandato ético (Primeaux y Stieber, 1994) se basa en este argumento.

¹⁰ 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. Cfr., por ejemplo, Mossin (1977).

¹¹ El primer teorema del bienestar, que muestra que un equilibrio competitivo es un óptimo paretiano (Arrow, 1968), equivale a introducir la «mano invisible» en el proceso (Arrow y Hahn, 1971, Hahn, 1973). 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. Cfr. Hausman (2003).

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)¹².

Obviamente, estas condiciones no se cumplen nunca, pero los resultados pueden ser corregidos mediante regulaciones que fomenten la competencia o 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 la misma es máxima –y esa diferencia, bajo ciertas condiciones, es el beneficio generado para el propietario del capital¹³.

La maximización del valor social

Lo que las condiciones para el óptimo competitivo implican, en definitiva, es que hay que maximizar el “valor social” (Jensen, 2001), que vendrá dado por la diferencia entre el *valor* (subjetivo) que el consumidor atribuye al producto o servicio producido 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 incurridos por 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 apropian 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 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 la empresa que produce el bien o servicio. Esa apropiación es máxima con una discriminación

¹² En definitiva, no son condiciones impuestas a la empresa, sino al mercado, que debe ser el mecanismo coordinador (la “mano invisible”: Smith, 1776) de las decisiones llevadas a cabo por las empresas.

¹³ No es necesario que la empresa conozca perfectamente el valor que crea, sino simplemente que se pongan en ejercicio los incentivos adecuados para que los directivos y empleados de la misma actúen siempre buscando la maximización del valor (Jensen, 2001).

de precios perfecta. Pero ésta sólo es posible en condiciones de monopolio –y su apropiación parcial, en condiciones de competencia imperfecta. Ahora bien, toda limitación de la competencia implica la reducción de la cantidad ofrecida para hacer subir el precio (excepto en el caso de “discriminación perfecta”), y esto reduce el excedente del consumidor, lo cual nos aleja del óptimo. Por tanto, la maximización del valor puede no ser compatible con el óptimo social. De ahí la condición de competencia perfecta que señalamos antes.

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 monopsonio en los mercados de factores con discriminación de precios –y la apropiación parcial, en condiciones de competencia imperfecta en esos mercados. Pero esto implica limitar la demanda de factores para reducir su precio, lo que es incompatible, de nuevo, 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 no implicados directamente en la operación, como el medio ambiente (contaminación), la comunidad local (congestión del tráfico, formación de los empleados) o la sociedad en general (efectos desbordamiento de la investigación llevada a cabo por la empresa). Además, este resultado puede verse acentuado por los incentivos creados en el proceso de apropiación del excedente del productor por la empresa (incentivos, por ejemplo, a descargar la contaminación en la sociedad o a no llevar a cabo la investigación que sería socialmente óptima). En definitiva, esto explica que se exija la coincidencia entre los costes sociales y privados como condición para que la maximización del valor conduzca a un máximo de eficiencia.

El cuarto caso hace referencia a formas complejas de colaboración entre factores productivos (y entre empresas) para la creación de capacidades en la empresa que permitan maximizar los excedentes del consumidor y del productor. En la economía convencional, la existencia de información perfecta eliminaba toda ventaja competitiva, de modo que todo producto se podía sustituir perfectamente por otros en condiciones competitivas y todos los factores se remuneraban de acuerdo con su aportación a la producción (valor de su producto marginal).

Pero cuando se elimina el supuesto de conocimiento perfecto, la posibilidad de generar innovaciones que aporten valor social (en forma de mayor valor para el consumidor o de menor coste para el productor) 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 nuevos 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, de las preferencias de sus clientes, de la tecnología propia, etc.), lo que eleva la rentabilidad de la empresa, porque aumenta 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 alternativa¹⁴.

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 humano, físico y organizativo que perdería rentabilidad si se emplease fuera de la relación con la empresa¹⁵ –y otro tanto puede ocurrir con los clientes. E incluso los inversores desarrollarán capital específico cuando utilicen su conocimiento de la empresa para comparar su capacidad de crear valor con otras alternativas¹⁶.

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 otro¹⁷. ¿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 la empresa como nexos de contratos¹⁸.

La empresa como nexo de contratos

Si la empresa debe ser gobernada de modo que se maximice el valor para los propietarios, ¿no significa esto que se concede a éstos un trato privilegiado? La respuesta que da 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 –los 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 –y, de nuevo, el cumplimiento de la ley que regula los contratos es condición necesaria para la maximización de la eficiencia¹⁹.

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 o monitorización 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; Masten, 1988).

¹⁴ Y otras partidas menores, como los costes de despido y los de búsqueda, selección y formación de un nuevo empleado, por parte de la empresa, y los costes de cambio de trabajo, por parte del empleado.

¹⁵ El caso extremo puede ser el de un proveedor de un producto o servicio específico y diferenciado a un único cliente.

¹⁶ Jensen (2001) señala cómo los inversores deben aprender a valorar los activos intangibles de la empresa.

¹⁷ Este tema ha sido tratado también en la teoría de las finanzas (cfr. Rajan y Zingales, 2003). El problema es más general, porque todos los que participan en la producción tendrán interés en apropiarse de cualesquiera rentas que se generen, incluyendo las de localización, poder de mercado, especialización, etc.

¹⁸ Véase un excelente desarrollo en Arruñada (1998).

¹⁹ Esto no es sino una consecuencia del teorema de que, cuando se maximiza el valor para el propietario, se maximiza también el valor para todos los propietarios de derechos sobre la empresa (Fama y Miller, 1972). Esto exige, además, contratos perfectos y mercados financieros perfectos (además de competencia, ausencia de efectos externos, etc.).

De acuerdo con la teoría contractual de la empresa, los propietarios contratan con los partícipes (internos y externos) las condiciones en las que ellos contribuirán a la producción de bienes y servicios en la empresa, a cambio de una remuneración fijada 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, los partícipes no contractuales reciben también una parte preestablecida (por ejemplo, el Estado cobra los impuestos) y los propietarios reciben el residuo (Rappaport, 1998)²⁰. 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)²¹ y la correspondiente monitorización de los demás partícipes, a través de mecanismos de mercado o de control interno (Easterbrook y Fischel, 1991; 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) (Bradley et al., 1999), o cuando se producen inversiones en capital (humano, físico o financiero) específico²², porque el reparto de las cuasi rentas tendrá efectos sobre los incentivos de las partes implicadas (Brickley et al., 2000).

En efecto, 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 los demás miembros, de todo el equipo y aun 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 de la empresa estén incluidos en el entramado de contratos que constituye la empresa. Y esto puede no cumplirse, al menos en dos sentidos: primero, cuando los partícipes no contractuales cargan con parte de los costes (y beneficios) externos (debidos, por ejemplo, a la contaminación provocada por la empresa) y asumen un riesgo en sus activos, y segundo, cuando hay partes no representadas en esos contratos (por ejemplo, las generaciones futuras). Esto reclama, de nuevo, un papel para la ley y la regulación.

En definitiva, la tesis de que la toma de decisiones y el control de su ejecución deben correr a cargo de los propietarios del capital supone que hay una estructura óptima de contratos que minimiza los costes de transacción, que resuelve los conflictos internos sobre el reparto de las cuasi rentas y que es compatible con la optimización del valor social

²⁰ El cumplimiento del contrato es clave, porque si los propietarios tratan de maximizar el residuo, tendrán interés en minimizar los pagos a los partícipes.

²¹ Los problemas que lleva consigo este contrato de agencia son bien conocidos, pero no afectan al argumento aquí desarrollado.

²² Los “activos específicos” a que hacen referencia estas inversiones pueden ser muy variados, según el tipo de especificidad: de lugar, física, de capital humano, de activos “dedicados”, de activos “coespecializados”, etc. (cfr. Arruñada, 1998, cap. 4, para el estudio de esos activos dentro de la empresa, y cap. 5 para las relaciones con clientes y proveedores).

(Gibbons, 2004)²³. 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 ellos²⁴.

Otra solución, propuesta por Jensen (2001), 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. Sin embargo, esto resuelve sólo el problema para los que aportan financiación, no para los propietarios de capital humano específico, o (no necesariamente) para los proveedores y clientes externos.

Cabe también concluir que los contratos formales no son la única forma de plantear las relaciones dentro de la empresa y con su entorno, dando paso a los “contratos relacionales” (Baker et al., 2002). Estos son acuerdos informales entre las partes, que se obligan a cumplirlos (son *self-enforceables*) por los altos costes que su incumplimiento tienen para las partes para 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 entre directivos y empleados, relaciones informales entre proveedores y clientes, o entre empresas de un mismo sector, etc. Y todas ellas se basan, de algún modo, en la confianza, porque están contemplando la existencia de relaciones a largo plazo, en las que las decisiones presentes afectan al futuro (por ejemplo, cambiando los incentivos para la inversión en activos específicos). Presuponen, pues, la ética.

¿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 ausencia de definiciones precisas de RSC y, sobre todo, 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.

²³ Gibbons (2004) señala que 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, principalmente), porque éstos poseen activos específicos cuyo valor se ve alterado por las decisiones de la empresa, y ese valor no puede protegerse en un contrato. Y la integración (vertical) de esos contratistas ajenos en la empresa no resuelve el problema de la búsqueda de cuasi-rentas, porque los problemas de «negociación y politiquero son inevitables en la empresa con cualquier estructura de gobierno» (Gibbons, 2004, pág. 35).

²⁴ Esta es la solución de Freeman y Evan (1990) y Kaufman et al. (2003); cfr. Argandoña (2003a).

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, pág. 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, pág. 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”.

Responsabilidad social y objetivo de la empresa

Como ya indicamos, en el paradigma económico el objetivo de la empresa es la eficiencia. Pero, ¿deben las instituciones económicas regirse *sólo* por el criterio de eficiencia, o hay otras dimensiones que son relevantes? La producción y venta 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. En el plano de la ciencia positiva, no se puede decir que haya instituciones puramente económicas, sino instituciones u organizaciones con dimensiones económicas, políticas, éticas...²⁵. 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 que también deben estar presentes en la empresa²⁶: por ejemplo, el respeto a la dignidad de sus 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, es decir, orientada a la consecución de la máxima eficiencia. En definitiva, las consideraciones anteriores nos acercan a un concepto de RSC que viene a coincidir con el de la ética, enlazando con la tesis de Friedman, mencionada al principio²⁷.

En todo caso, este criterio no se aplicaría a las versiones de la RSC en las que se subraya 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, de acuerdo con criterios distintos de la eficiencia²⁸.

Responsabilidad social y eficiencia

El argumento que acabamos de presentar puede formularse de otro modo, a propósito del concepto de eficiencia, es decir, de aquella condición que caracteriza la empresa como

²⁵ Cfr. Pérez López (1993). Este es el enfoque “holístico” sugerido por Freeman y McVea (2001).

²⁶ Es la concepción de la empresa “en” la sociedad (*business in society*) que desarrolla Lozano (2004).

²⁷ Véase un breve repaso a las distintas teorías éticas de la RSC en Garriga y Melé (2004).

²⁸ Avi-Yonah (2005) señala que hay una concepción de la empresa, que él llama “real”, y que considera dominante, de acuerdo con la cual los gerentes tendrían la autorización de la sociedad, y a menudo también de los propietarios, para llevar a cabo ese tipo de actividades voluntarias de RSC, incluso cuando son incompatibles con la maximización del valor.

institución económica y que legitima su función social. 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 esta sería la medida adecuada, si esos fuesen los únicos factores 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 de la empresa. Es decir, si no hubiese que tener en cuenta aspectos no mensurables en dinero, como los aprendizajes de actitudes y valores de los agentes, o sus deterioros morales²⁹ (Argandoña, 2003b)³⁰.

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 (Argandoña, 2005) 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 –entre otras razones, porque el hombre es un ser libre. Necesitamos, pues, reglas, criterios y valores, un marco moral que les oriente sobre cómo actuar. Y ése es el papel de la ética³¹. O sea, la RSC vuelve, de nuevo, a identificarse con la ética.

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; Mitchell et al., 1997; Ogden y Watson, 1999) –lo que Jensen (2001) llama la creación de valor “inteligente” (*enlightened*)³². 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 y servicios 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 en sus suministros), 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 autorregulación de la empresa en temas medioambientales).

²⁹ Como explica Illanes (1994, pág. 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».

³⁰ Otro problema, en el que no voy a extenderme, es que la eficiencia se define en términos de un óptimo de Pareto, es decir, una situación en la que cual nadie puede mejorar su bienestar sin que otro se vea perjudicado. Pero el óptimo de Pareto no es neutro, desde el punto de vista ético. Cfr. Argandoña (1998), Buchanan (1985), Hamlin (1986) y Sen (1979).

³¹ Por eso Argandoña (1989) afirma que la ética es la condición de equilibrio de todos los sistemas humanos. Véase también Huerta de Soto (1999) y su discusión del papel de la ética como coordinadora de decisiones.

³² Garriga y Melé (2004) incluyen esta concepción entre las teorías instrumentales de la RSC, y Lozano (2004) entre las reactivas.

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 considerarlo como un ejercicio de responsabilidad social³³. Por supuesto, la RSC puede contribuir a la reducción de costes o a la maximización del valor, pero esto no puede afirmarse con carácter general.

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 –no pueden ser– concluyentes, ni se puede demostrar cuál es la causa y cuál el efecto³⁴. 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 (Vogel, 2004)³⁵.

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 condiciones, la creación de un marco legal y regulatorio podrá garantizar la consecución de aquellos resultados óptimos –y si ese marco es suficiente, la RSC será innecesaria³⁶. Pero si no lo es, cabe un papel para la RSC. Por ejemplo, la ley suele ser reactiva (hace frente a los problemas cuando ya han aparecido), mientras que la RSC puede ser proactiva; la ley suele ser incompleta, porque 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 la responsabilidad ética de la empresa, es decir, como un deber moral.

La RSC sería, pues, un sustituto o un complemento de la ley y la regulación, aunque resulte incompatible con la maximización del valor para los propietarios (Avi-Yonah, 2005), siempre que esto lleve a una situación más próxima a la maximización del valor social³⁷. La RSC permitiría, en tales casos, compensar la falta de competencia en los mercados (por ejemplo, pagando salarios superiores a los de equilibrio en un mercado de trabajo en el que la empresa tiene poder monopsonístico), internalizar los efectos externos (reduciendo la contaminación, mejorando la seguridad de los productos, etc.) o proveer bienes públicos de forma privada (mediante acciones filantrópicas)³⁸.

³³ Esto lleva a Chandler (2003, pág. 33) a calificar esta manera de defender la RSC como “irreal y amoral”.

³⁴ 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.

³⁵ Lo cual lleva a algunos a sospechar que la insistencia de las empresas en la difusión de la RSC puede servir para otros objetivos, como frenar la entrada de competidores o evitar la regulación (*The Economist*, 2005). Cuando la RSC se convierte en una norma social, las conductas de *free rider* son privadamente beneficiosas para los que las practican, aunque sean socialmente dañinas.

³⁶ Cumplir la ley es una responsabilidad de las empresas, pero no forma parte de la RSC, que es voluntaria, según explicamos en las definiciones dadas más arriba.

³⁷ Esta sería la responsabilidad “primaria” de la empresa por la corrección de los “daños” (en sentido amplio, como mermas del bienestar social) causados por su actuación, frente a la responsabilidad “secundaria” de resolver otros problemas de la sociedad que ella no ha causado, y que antes incluíamos entre las actuaciones voluntarias. Cfr. Preston y Post (1975); Wood (1991).

³⁸ Cómo se lleva esto a cabo y en qué condiciones mejora el bienestar social no es algo sencillo. Véase un excelente estudio de los problemas creados por la supuesta internalización de efectos externos y la provisión privada de bienes públicos en Reinhardt (2004).

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.

Hay otro problema en este planteamiento de la legitimidad de la RSC: ¿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 eficiencia (Vogel, 2004), porque la empresa no siempre dispone de aquellos medios de análisis ni tiene la visión de conjunto necesaria para tomar decisiones que afectan a toda la sociedad, ni puede superar fácilmente las conductas oportunistas (*free riding*) que se pueden presentar en situaciones de autorregulación (Howard et al., 2000), etc.³⁹ De modo que las acciones de RSC no pueden garantizar la consecución de la eficiencia máxima –y, a menudo, ni siquiera que el bienestar social vaya a crecer (Kapstein, 2001).

Con todo, la RSC puede complementar la regulación, sobre todo en casos que la norma general no puede recoger⁴⁰, o cuando, debido a fallos del Estado, la ley o la regulación llevan lejos del óptimo social. La práctica de las empresas muestra que las estrategias para hacer frente a estos problemas pueden ser muy distintas, incluso dentro de un mismo sector y zona geográfica, en función de factores propios de la empresa (Reinhardt, 2004), lo que abona la tesis de que hay un margen para que las empresas les hagan frente con sus propias estrategias de RSC.

Esto nos lleva, de nuevo, a la consideración de la RSC no como una responsabilidad específica, en función de las “presiones y expectativas de la sociedad”, según la definición de Vogel (2004) dada más arriba, sino 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.

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 más próximos, principalmente los clientes y proveedores) y la coordinación de esas tareas podría 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 (físico, humano y organizativo) en un entorno de cooperación y confianza, aprendizaje e innovación, que es necesario para la creación de valor social⁴¹.

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, especialmente cuando la cooperación se lleva a cabo en equipos. ¿Pueden los contratos generar, por sí solos, esa confianza? Si la respuesta es negativa, entonces hay un papel para la RSC, también dentro del paradigma económico. Y ese papel viene a coincidir, de nuevo, con

³⁹ Porter y Kramer (2002) sostienen, sin embargo, que la empresa puede crear más valor en su actividad filantrópica que el gobierno o los donantes privados, precisamente por su vocación a la eficiencia económica.

⁴⁰ Es probable, por ejemplo, que los empleados y directivos de un matadero conozcan mejor que los reguladores los posibles focos de contaminación, y que estén en condiciones de colaborar con los inspectores en el establecimiento de un sistema de gestión sanitaria más adecuado para internalizar los efectos externos y para reducir los costes de cumplimiento de la regulación y, por tanto, aumentar los beneficios privados y sociales. Cfr. Argandoña (2004).

⁴¹ Desde un punto de vista sociológico, Sennett (1998) señala las limitaciones que un enfoque puramente contractual puede tener en el desarrollo de los lazos en la empresa.

el de la ética. La RSC puede contribuir a crear el ambiente necesario para que el nexo de contratos resulte en un óptimo social, y esto es lo que, a menudo, se persigue al proponerla como un requisito para el funcionamiento eficiente de las organizaciones⁴².

Venkataraman (2002, pág. 46) afirma que «la esencia de la empresa son las reivindicaciones competitivas de los partícipes (*stakeholders*). Es un hecho en la vida de los negocios que los diferentes partícipes tienen expectativas diferentes, y a menudo en conflicto, sobre la empresa. Más aún, podemos decir que la empresa misma es una invención para permitir que ese conflicto sea descubierto y para que se pongan en práctica medios para su resolución». Y no sólo para la resolución de conflictos o el reparto de las cuasi rentas⁴³, sino para la misma creación de valor social, que supone la cooperación entre clientes, proveedores, empleados, directivos, instituciones financieras y empresa (Barney, 1991; Freeman, 2004; Halal, 2001, y Wernerfelt, 1984).

La responsabilidad social en la práctica de la dirección de empresas

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: Friedman, 1953), e incluso podría ser considerado un criterio para la evaluación de la actuación de los directivos⁴⁴. Pero no es un principio operacional para dirigir –decir que el coste marginal debe ser igual al ingreso marginal no explica cómo se pueden tomar las decisiones en la empresa. Por tanto, los directivos pueden necesitar una variedad de criterios, principios y reglas, entre los cuales puede tener cabida la RSC.

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.

Conclusiones

Friedman (1970, pág. 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 hacer tanto dinero 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, aunque «por supuesto, en algunos casos sus empleadores puede tener un objetivo diferente» (pág. 138)⁴⁵.

Pero si Friedman puede afirmar que «la responsabilidad social de las empresas es aumentar sus beneficios», estamos ante un argumento normativo de carácter social. La

⁴² 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. Agradezco este punto al profesor Joan E. Ricart.

⁴³ Este sería el enfoque de la teoría de los partícipes (*stakeholders*) en términos sólo de intereses, que critica Melé (2002).

⁴⁴ La necesidad de disponer de un único criterio de evaluación de los directivos ha sido propuesta con frecuencia; por ejemplo, en Jensen (2001), Marcoux (2000) y Sternberg (2000).

⁴⁵ Este es un criterio deontológico, que no debe ser descuidado. Los directivos están empleando recursos de los propietarios, y tienen con ellos la obligación fiduciaria de usar esos recursos de acuerdo con los deseos y las instrucciones de los propietarios (Boatright, 1994; Hasnas, 1998). Pero lo que pretendemos mostrar es que hay otros argumentos, que van más allá de ese deber contractual, y que pueden superarlo.

función social de la empresa es la eficiencia económica: la creación del máximo valor posible, más allá del que sus partícipes pueden conseguir individualmente y a través del intercambio en el mercado (Aoki, 1894; Kochan y Osterman, 1994, y Post et al., 2002)⁴⁶.

Y 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 social⁴⁷. Pero, como ya hemos mostrado, esos criterios no son suficientes. ¿Significa esto que hay un papel para la RSC? Mi respuesta es que sí, 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 a la hora de cumplir su función social, la estamos identificando con la ética. Por decirlo de una manera tajante y, probablemente, injusta: 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 (Freeman y Velamuri, 2005).

¿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, como acabamos de destacar, por la ética? No exactamente, por dos razones. Primera: Friedman considera a la ética como un conjunto de normas sociales aceptadas para la convivencia, para evitar el engaño y el fraude⁴⁸ (un complemento, en definitiva, de la ley, en la medida en que la ley no puede abarcar todas las situaciones relevantes), y no como un conjunto de criterios, valores y virtudes para la toma de decisiones (Polo, 1996). 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 basta, desde luego, cuando lo que estamos discutiendo es cómo debe ser el comportamiento óptimo, excelente, del directivo.

El objeto de este artículo era aportar algo de luz al debate sobre el papel de la RSC en la empresa. Al llegar al final, me parece que no lo hemos conseguido, porque, en el fondo, las discrepancias en estos temas son discrepancias sobre el paradigma científico al que nos adherimos. En definitiva, ¿es la economía una ciencia autónoma, que no necesita usar categorías de otras disciplinas –en nuestro caso, de otras ciencias sociales, y de la ética– para afirmar sus conclusiones? Si el lector cree que sí, los argumentos anteriores no le convencerán. El problema, como señaló MacIntyre (1990), es que las discusiones sobre paradigmas no se pueden resolver desde uno de ellos: hay que trabajar desde uno y otro a la vez, buscando una solución que supere las limitaciones de ambos⁴⁹.

⁴⁶ Esta es la explicación de la existencia de la empresa dada por Coase (1937).

⁴⁷ Velamuri y Venkataraman (2005) presentan una defensa de esta posición desde el punto de vista de la función del emprendedor. Sobre el papel del emprendedor en la creación de valor, véase también Freeman y Phillips (2002).

⁴⁸ Sternberg (1994) hace referencia a la decencia (no mentir, robar o defraudar, respetar el derecho de propiedad de los accionistas, etc.) y a la justicia (pagar a los empleados según el rendimiento, promocionarles de acuerdo con el mérito, etc.), como reglas éticas aplicables a la empresa.

⁴⁹ En el plano del debate práctico, Tetlock (2000, pág. 323) lo explica muy bien: «Los conservadores libertarios se opondrán al modelo [confiscatorio] de los partícipes (*stakeholders*) incluso aunque se les presente la evidencia de que las concesiones en esa dirección no tienen efectos sobre la rentabilidad para los accionistas. La confiscación es confiscación, se adorne como se adorne. Y algunos igualitaristas respaldarán el modelo de los partícipes, aunque se les presenten evidencias persuasivas de que reducen los beneficios».

Referencias

- Aoki, M. (1984), «The Co-Operative Game Theory of the Firm», Oxford University Press, Nueva York.
- Argandoña, A. (1989), «Relaciones entre economía y ética», Research paper nº 166, IESE.
- Argandoña, A. (1998), «Ethical perspectives on finance», presentado a la Conferencia “Conceiving ethics in business”, Tilburg University.
- Argandoña, A. (2003a), «Propiedad y control en los procesos de toma de decisiones», en *Segundas Jornadas sobre la singularidad de las Cajas de Ahorro españolas*, Federación de Usuarios de Cajas, Zaragoza.
- Argandoña (2003b), «Las funciones de la empresa: el papel de la maximización del valor para el accionista», *Revista del Instituto de Estudios Económicos*, “La empresa española en el siglo XXI, II. El gobierno corporativo”, 1.
- Argandoña, A. (2004), «On ethical, social and environmental management system», *Journal of Business Ethics*, 51.
- Argandoña, A. (2005), «La teoría de la acción y la teoría económica», en R. Rubio de Urquía, (ed.), *Antropología y teoría económica*. Unión Editorial, en prensa, Madrid.
- Arrow K.J. (1973), «Social responsibility and economic efficiency», *Public Policy*, 21.
- Arrow, K.J. (1968), «Economic equilibrium», *International Encyclopaedia of the Social Sciences*, MacMillan, Nueva York.
- Arrow, K.J. y F. Hahn (1971), «General Competitive Analysis», Holden-Day, San Francisco.
- Arruñada, B. (1998), «Teoría contractual de la empresa», Marcial Pons, Madrid.
- Avi-Yonah, R.S. (2005), «The cyclical transformations of the corporate form: a historical perspective on corporate social responsibility», Working Paper nº 38, University of Michigan Law School.
- Baker, G., R. Gibbons y K.J. Murphy (2002), «Relational contracts and the theory of the firm», *Quarterly Journal of Economics*, 117.
- Barney, J. (1991), «Firm resource and sustained competitive advantage», *Journal of Management*, 17.
- Blaug, M. (1980), «The Methodology of Economics. Or How Economists Explain», 2ª ed., Cambridge University Press, Cambridge, 1992.
- Boatright, J.R. (1994), «Fiduciary duties and the shareholder-management relation: or, what’s so special about shareholders? », *Business Ethics Quarterly*, 4, 4.
- Boatright, J.R. (2002), «Ethics and corporate governance: justifying the role of shareholder», en N.E. Bowie, (ed.), «The Blackwell Guide to Business Ethics», Blackwell, Oxford.

- Bradley, M., A. Schipani, A.K. Sundaram y J.P. Walsh (1999), «The purposes and accountability of the corporation in the contemporary society: corporate governance at the crossroads», *Law and Contemporary Problems*, Duke University, 62.
- Brickley, J.A., J. Zimmerman, C.W. Smith y J.L. Zimmerman (2000), «Managerial Economics and Organizational Architecture», McGraw-Hill, Nueva York.
- Brunner, K. y W.H. Meckling (1977), «The perception of man and the conception of government», *Journal of Money, Credit and Banking*, 9, 1, 1.
- Buchanan, J. (1985), «Ethics, Efficiency, and the Market», Clarendon Press, Oxford.
- Chandler, G. (2003), «The curse of corporate social responsibility», *New Academy Review*, 2, 1.
- Coase, R. (1937), «The nature of the firm», *Economica*, 4.
- 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.
- Easterbrook, F.H. y D.R. Fischel (1991), «The Economic Structure of Corporate Law», Harvard University Press, Cambridge.
- Fama, E.F. y M.H. Miller (1972), «The Theory of Finance», Dryden Press, Hinsdale.
- Freeman, R.E. (2004), «Value creation and trade: a stakeholder approach», presentado a la Transatlantic Business Ethics Conference, Barcelona, 1-3 de octubre de 2004.
- Freeman, R.E. y W.M. Evan (1990), «Corporate governance: a stakeholder interpretation», *The Journal of Behavioral Economics*, 19, 4.
- Freeman, R.E. y J. McVea (2001), «A stakeholder approach to strategic management», en Hitt, M., R. Freeman y J. Harrison, (eds.), «Handbook of Strategic Management», Blackwell, Oxford.
- Freeman, R.E. y R.A. Phillips (2002), «Stakeholder theory: a libertarian defense», *Business Ethics Quarterly*, 12, 3.
- Freeman, R.E. y S.R. Velamuri (2005), «A new approach to CSR: company stakeholder responsibility», abril.
- Friedman, M. (1953), «The methodology of positive economics», en *Essays in Positive Economics*. University of Chicago Press, Chicago.
- Friedman, M. (1962), «Capitalism and Freedom», University of Chicago Press, Chicago.
- Friedman, M. (1970), «The social responsibility of business is to increase its profits», *The New York Times Magazine*, 13 de septiembre. Reproducido en W.M. Hoffman y R.E. Frederick, (eds.), «Business Ethics. Readings and Cases in Corporate Morality», 3ª ed., McGraw-Hill, Nueva York, 1995, págs. 137-141.
- Garriga, E. y D. Melé (2004), «Corporate social responsibility: mapping the territory», *Journal of Business Ethics*, 53.

- Gibbons, R. (2004), «Four formal(izable) theories of the firm?», Working Paper 04-34, Massachusetts Institute of Technology, Department of Economics.
- Gómez Biscarri, J. (2000), «Rationality in economics: an essay on methodology and psychology», *Boletín de Estudios Económicos*, 55, 170.
- Hahn, F. (1973), «The winter of our discontent», *Economica*, 40.
- Halal, W.E. (2001), «The collaborative enterprise. A stakeholder model uniting profitability and responsibility», *Journal of Corporate Citizenship*, 2.
- Hamlin, A.P. (1986), «Ethics, Economics and the State», Wheatsheaf Books, Brighton.
- 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).
- Hayek, F.A. (1960), «The corporation in a democratic society: in whose interest ought it and will it be run», en Anshen M. y G.L. Bach, (eds.), «Management and Corporations», McGraw-Hill, Nueva York.
- Henderson, D. (2001), «Misguided Virtue. False Notions of Corporate Social Responsibility», New Zealand Business Roundtable, Wellington.
- Howard, J., J. Nash y J. Ehrenfeld (2000), «Standard setting or smokescreen? Implementation of a voluntary environmental code», *California Management Review*, invierno.
- 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., E. Englander y C.H. Wood (2003), «A team production model of corporate governance revisited», SMPP Working Paper 03-03, George Washington University School of Business and Public Management.
- Kochan, T.A. y P. Osterman (1994), «The Mutual Gains Enterprise: Forging a Winning Partnership among Labor, Management and Government», Harvard Business School Press, Boston.
- Lozano, J.M. (2000), «Companies and society. Ethical Responsibilities», en Verstraeten, J., (ed.), «Business Ethics. Broadening the Perspectives», Peeters, Lovaina.

- Lozano, J.M. (2004), «What is a successful company? A path to understanding accountability», en Brenkert, G.G., (ed.), «Corporate Integrity and Accountability», Sage Publications, Thousand Oaks.
- MacIntyre, A. (1990), «Three Rival Versions of Moral Enquiry: Encyclopaedia, Genealogy and Tradition», University of Notre Dame Press, Notre Dame.
- Marcoux, A.M. (2000), «Balancing act», en DesJardins, J. R., y J.J. McCall, (eds.), «Contemporary Issues in Business Ethics», Wadsworth, Belmont.
- Margolis, J.D. y J.P. Walsh (2003), «Misery loves companies: rethinking social initiatives by business», *Administrative Science Quarterly*, 48.
- Masten, S. (1988), «A legal basis for the firm», *Journal of Law, Economics, and Organization*, 4.
- 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.
- Melé, D. (2002), «Not only stakeholder interests», en Cortright, S.A. y M.J. Naughton, (eds.), «Rethinking the Purpose of Business», University of Notre Dame Press, Notre Dame.
- Mises, L. (1949), «Human Action. A Treatise on Economics», Yale University Press, New Haven.
- Mitchell, R.K., B.R. Agle y D.J. Wood (1997), «Towards a theory of stakeholder identification and salience: defining the principle of who and what really counts», *Academy of Management Review*, 22, 4.
- Mossin, J. (1977), «The Economic Efficiency of Financial Markets», Lexington Books, Lexington.
- Ogden, S. y R. Watson (1999), «Corporate performance and stakeholder management: balancing shareholder and customer interests in the U.K. privatized water industry», *Academy of Management Journal*, 42, 5.
- Pérez López, J.A. (1993), «Fundamentos de la dirección de empresas», Rialp, Madrid.
- Polo, L. (1996), «Ética. Hacia una versión moderna de los temas clásicos», Unión Editorial, Madrid.
- Post, J.E., L.E. Preston y S. Sauter-Sachs (2002), «Redefining the Corporation: Stakeholder Management and Corporate Wealth», Stanford University Press, Stanford.
- Porter, M.E. y M.R. Kramer (2002), «The competitive advantage of corporate philanthropy», *Harvard Business Review*, 80, 12.
- Preston, L.E. y J.E. Post (1975), «Private Management and Public Policy: The Principle of Public Responsibility», Prentice Hall, Englewood Cliffs.
- Primeaux, P. y J. Stieber (1994), «Profit maximization: the ethical mandate of business», *Journal of Business Ethics*, 13.
- Rajan, R. y L. Zingales (2003), «Saving Capitalism from Capitalists: Unleashing the Power of Financial Markets to Create Wealth and Spread Opportunity», Crown Business, Nueva York.

- Rappaport, A.E. (1998), «Creating Shareholder Value: Agenda for Managers and Investors», edición revisada, The Free Press, Nueva York.
- Reinhardt, F.L. (2004), «Environmental protection and the social responsibility of firms: Perspectives from the business literature», Harvard Business School, mimeo.
- Robbins, L. (1932), «An Essay on the Nature and Significance of Economic Science» 2ª ed., Macmillan, Londres, 1935.
- Rosanas, J.M. (2004), «Bounded rationality, value systems and time-inconsistency of preferences as rational foundations for the concept of trust», Working Paper IESE, nº 567, septiembre.
- 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.
- Sen, A.K. (1979), «Utilitarianism and welfarism», *Journal of Philosophy*, 76.
- Sennett, R. (1998), «The Corrosion of Character: The Personal Consequences of Work in the New Capitalism», W.W. Norton, Nueva York.
- Sison, A.J. (1995), «Filosofía de la economía. III. Los fundamentos antropológicos de la actividad económica», Cuadernos Empresa y Humanismo, Pamplona.
- Smith, A. (1776), «An Inquiry into the Nature and Causes of the Wealth of Nations», Londres (edición Cannan, Modern Library, Nueva York, 1937).
- Sternberg, E. (1994), «Just Business: Business Ethics in Action», Little, Brown & Co., Londres.
- Tetlock, P.E. (2000), «Cognitive biases and organizational correctives: Do both disease and cure depend on the politics of the beholder?», *Administrative Science Quarterly*, 45, 2.
- The Economist* (2005), «The good company. A survey of corporate social responsibility», 22 de enero.
- Velamuri, R. y S. Venkataraman (2005), «Whay stakeholder and stockholder theories are not necessarily contradictory: a Knightian insight», *Journal of Business Ethics*, en prensa.
- Venkataraman, S. (2002), «Stakeholder value equilibration and the entrepreneurial process», en Freeman, R. E. y S. Venkataraman, (eds.), «Ethics and Entrepreneurship», The Ruffin Series, The Society for Business Ethics, vol. 3.
- Vogel, D. (2004), «Is there a market for virtue? A critical appraisal of corporate social responsibility», presentado a la Transatlantic Business Ethics Conference, 1-3 de octubre de 2004, Barcelona.
- Wernerfelt, B. (1984), «A resource based view of the firm», *Strategic Management Review*, 5.
- Winch, D., (1971), «Analytical Welfare Economics», Penguin Books, Harmondsworth.
- Wood, D.J. (1991), «Corporate social performance revisited», *Academy of Management Review*, 16, 4.