

La responsabilidad social de la empresa es incrementar sus beneficios

Por [Milton Friedman](#)

The New York Times Magazine, 13 de septiembre de 1970. Copyright © 1970 de The New York Times Company.

Cuando oigo a empresarios hablando de manera elocuente sobre “las responsabilidades sociales de la empresa en un sistema de libre empresa” me viene a la cabeza el maravilloso planteamiento de aquel francés que a sus 70 años descubrió que había estado hablando en prosa durante toda su vida. Los empresarios creen que están defendiendo la libre empresa cuando declaman que a la empresa no le preocupan “simplemente” los beneficios, sino también promover unos fines “sociales” deseables; que la empresa tiene una “conciencia social” y se toma en serio sus responsabilidades para crear empleo, eliminar la discriminación, evitar la polución y cualquier otra cosa que sea el reclamo de la cosecha contemporánea de reformistas. De hecho están —o estarían si ellos o cualquier otro se les tomara en serio— predicando el más puro y genuino socialismo. Los empresarios que hablan en estos términos son títeres involuntarios de las fuerzas intelectuales que han estado socavando las bases de una sociedad libre durante las últimas décadas.

Las discusiones sobre “las responsabilidades sociales de la empresa” destacan por su imprecisión analítica y por su falta de rigor. ¿Qué significa decir que “la empresa” tiene responsabilidades? Sólo las personas pueden tener responsabilidades. Una corporación es una persona artificial, y en este sentido puede tener responsabilidades artificiales, pero no puede decirse que “la empresa” en su conjunto tiene responsabilidades, ni siquiera en este sentido vago. El primer paso hacia la claridad al examinar la doctrina de la responsabilidad social de la empresa es preguntar de manera precisa qué implica y para quién.

Supuestamente, los individuos que deben ser responsables son los empresarios, es decir, los propietarios individuales o los ejecutivos corporativos. La mayor parte del debate sobre la responsabilidad social va dirigido a las corporaciones, de modo que en adelante dejaré de ocuparme mayormente de los propietarios individuales y hablaré de los ejecutivos corporativos.

En un sistema de libre empresa y de propiedad privada, un ejecutivo corporativo es un empleado de los propietarios de la empresa, y tiene una responsabilidad directa para con sus empleadores. Esta responsabilidad es dirigir la empresa con arreglo a los deseos de los mismos, que por lo general serán ganar tanto dinero como sea posible ajustándose a las normas básicas de la sociedad, tanto las plasmadas en las leyes como las plasmadas en las costumbres éticas. Por supuesto, en algunos casos sus empleadores puede que tengan un objetivo distinto. Un grupo de personas podría crear una corporación con un objetivo caritativo, como por ejemplo un hospital o una escuela. El gerente de una corporación de este tipo no tendrá como objetivo obtener beneficios monetarios, sino prestar determinados servicios.

Tanto en un caso como en el otro, el punto clave es que, en su condición de ejecutivo corporativo, el gerente es el agente de los individuos que son los propietarios de la corporación o que crean la institución caritativa, y su responsabilidad básica es para con ellos.

Ni que decir tiene que ello no significa que sea fácil juzgar hasta qué punto el ejecutivo corporativo está desempeñando bien su cometido. Sin embargo, por lo menos el criterio del rendimiento está claro, y las personas entre las que existe un acuerdo contractual voluntario están claramente definidas.

Por supuesto, el ejecutivo corporativo es también una persona en su propio derecho; y, como tal, puede que tenga muchas otras responsabilidades que reconozca o asuma de manera voluntaria: para con su familia, su conciencia, sus sentimientos de caridad, su iglesia, sus clubes, su ciudad, su país. Puede que se sienta obligado por dichas responsabilidades a dedicar parte de sus ingresos a causas que considera respetables, a rechazar trabajar para ciertas corporaciones, e incluso a abandonar su trabajo, por ejemplo, para incorporarse al ejército de su país. Si lo deseamos, podemos referirnos a algunas de estas responsabilidades como “responsabilidades sociales”. Sin embargo, en este sentido el ejecutivo corporativo está actuando como principal, y no como agente; está gastando su propio dinero o tiempo o energía, y no el dinero de sus empleadores o el tiempo o la energía que por contrato se ha comprometido a dedicar a los objetivos de los mismos. Si esto son “responsabilidades sociales”, son las responsabilidades sociales de los individuos, no de la empresa.

¿Qué significa decir que el ejecutivo corporativo tiene una “responsabilidad social” en su condición de empresario? Si esta afirmación no es pura retórica, entonces ello debe significar que el ejecutivo corporativo tiene que actuar de algún modo que no sea en interés de sus empleadores. Por ejemplo, que debe abstenerse de incrementar el precio del producto con el fin de contribuir al objetivo social de impedir la inflación, aunque un incremento de precio fuera en beneficio de los mejores intereses de la corporación. O que debe realizar una serie de gastos para reducir la polución por encima de la cantidad que constituye los mejores intereses de la corporación o de lo que exige la ley con el fin de contribuir al objetivo social de mejorar el medio ambiente. O que, a expensas de los beneficios corporativos, debe contratar a unos indeseables en paro en vez de a unos trabajadores disponibles más cualificados para contribuir al objetivo social de reducir la pobreza.

En cada uno de estos casos, el ejecutivo corporativo estaría gastando el dinero de otra persona en beneficio de un interés social general. En la medida en que sus acciones con arreglo a su “responsabilidad social” reducen las ganancias de los grupos de interés, se está gastando el dinero de los mismos. En la medida en que sus acciones incrementan el precio para los clientes, se está gastando el dinero de los clientes. En la medida en que sus acciones reducen los salarios de algunos empleados, se está gastando el dinero de los mismos.

Los grupos de interés o los clientes o los empleados podrían gastarse por separado su propio dinero en la acción particular si desearan hacerlo. El ejecutivo está ejerciendo una “responsabilidad social” distinta, en vez de servir como agente de los grupos de interés o de los clientes o de los empleados, sólo si se gasta el dinero de manera distinta a como éstos se lo hubieran gastado.

Sin embargo, si el ejecutivo lo hace en realidad está cobrando unos impuestos, por un lado, y decidiendo cómo se gastará el rendimiento de dichos impuestos, por otro lado.

Este proceso plantea cuestiones políticas a dos niveles: el principio y las consecuencias. A nivel del principio político, cobrar impuestos y gastarse el rendimiento de los mismos son funciones gubernamentales. Hemos establecido disposiciones constitucionales, parlamentarias y judiciales muy elaboradas para controlar dichas funciones, para garantizar que los impuestos se cobran en la medida de lo posible con arreglo a las preferencias y los deseos del público —al fin y al cabo, “la fiscalidad sin representación” fue uno de las consignas de la Revolución Americana. Tenemos un sistema de comprobaciones y de balanzas para separar la función legislativa de cobrar impuestos y promulgar gastos de la función ejecutiva de cobrar los impuestos y administrar los programas de inversión y de la función judicial de mediar en las disputas e interpretar la ley.

Aquí el empresario —ya sea autoseleccionado o nombrado directamente o indirectamente por los grupos de interés— debe actuar simultáneamente como legislador, ejecutivo y jurista. Debe decidir a quién cobrar un impuesto, en qué cuantía y con qué objetivo, y debe gastarse el rendimiento de dicho impuesto, todo ello guiándose únicamente por las exhortaciones generales para contener la inflación, mejorar el medio ambiente, combatir la pobreza, etc., etc.

Toda la justificación para permitir que el ejecutivo corporativo sea seleccionado por los grupos de interés es que el ejecutivo es un agente que sirve los intereses de su principal. Esta justificación desaparece cuando el ejecutivo corporativo cobra impuestos y se gasta el rendimiento de los mismos para fines “sociales”. Se convierte entonces, en efecto, en un empleado público, en un funcionario, a pesar de que nominalmente siga siendo un empleado de una empresa privada. Por principio político, es intolerable que tales funcionarios públicos —en la medida en que sus acciones en nombre de la responsabilidad social sean reales y no sólo pura fachada— deban seleccionarse tal como se hace actualmente. Si deben ser funcionarios, entonces deben ser seleccionados mediante un proceso político. Si deben cobrar impuestos y realizar gastos para favorecer objetivos “sociales”, entonces debe crearse una maquinaria social para valorar los impuestos y determinar mediante un proceso político los objetivos que hay que servir.

Éste es el motivo básico por el cual la doctrina de la “responsabilidad social” implica la aceptación de la visión socialista según la cual son los mecanismos políticos, y no los mecanismos de mercado, la manera apropiada de determinar la asignación de recursos escasos a usos alternativos.

Debido a las consecuencias que de ello se derivan, ¿puede en realidad el ejecutivo corporativo cumplir sus supuestas “responsabilidades sociales”? Por otra parte, supongamos que se le permitiera gastarse el dinero de los grupos de interés o de los clientes o de los empleados. ¿Cómo puede saber cómo debe gastárselo? Se le dice que debe contribuir a combatir la inflación. ¿Cómo puede saber qué acción suya contribuirá a tal fin? Se supone que es un experto en dirigir su empresa, en producir o vender un producto o en financiarlo. Sin embargo, nada en su selección le convierte en un experto en inflación. ¿Comportará su reducción del precio de su producto una reducción de la presión inflacionista? ¿O, al dejar más poder de gasto en manos de sus clientes, simplemente la desviará hacia otra parte? ¿O, al forzarle a producir menos como consecuencia del precio más bajo, contribuirá simplemente a la escasez? Aunque el ejecutivo corporativo pudiera responder a estas preguntas, ¿hasta qué punto puede justificar la imposición de un coste a sus grupos de interés, clientes y empleados para este objetivo social? ¿Cuál es su proporción apropiada y cuál es la proporción apropiada de los demás?

Y, tanto si lo desea como si no, ¿se le puede consentir que se gaste el dinero de sus grupos de interés, de sus clientes o de sus empleados? ¿No van a despedirle los grupos de interés? (Ya sean los actuales o los que ocupen su lugar cuando las acciones del ejecutivo corporativo en nombre de la responsabilidad social hayan reducido los beneficios de la corporación y el precio de sus acciones). Sus clientes y sus empleados pueden abandonarle por otros productores y empleadores menos escrupulosos en el ejercicio de sus responsabilidades sociales.

Esta faceta de la doctrina de la “responsabilidad social” adquiere su mayor relieve cuando los sindicatos utilizan la doctrina para justificar la moderación salarial. El conflicto de intereses es evidente y claro cuando se pide a los dirigentes sindicales que subordinen los intereses de sus miembros a un objetivo algo más general. Si los dirigentes sindicales intentan cumplir con la moderación salarial, es probable que la consecuencia sean huelgas salvajes, revueltas de las bases y la emergencia de sólidos competidores por sus puestos. Se produce, por tanto, la ironía de que los líderes sindicales —por lo menos en los Estados Unidos— se han opuesto a la interferencia del Gobierno con el mercado de manera mucho más coherente y decidida a como lo han hecho los líderes empresariales.

La dificultad de ejercer la “responsabilidad social” ilustra, por supuesto, la gran virtud de la empresa competitiva privada, ya que fuerza a la gente a ser responsable de sus propias acciones y les dificulta que puedan “explotar” a otras personas, ya sea para fines egoístas o no egoístas. Pueden hacer el bien, pero sólo a expensas de ellos mismos.

Puede que un lector que haya seguido el argumento hasta este punto tenga la tentación de objetar que está muy bien hablar de que el Gobierno tiene la responsabilidad de cobrar impuestos y de determinar los gastos para objetivos “sociales” tales como controlar la polución o formar al indeseable que está en paro, pero que los problemas son demasiado urgentes para esperar al lento desarrollo de los procesos políticos, que el ejercicio de la responsabilidad social por parte de los empresarios es una manera más rápida y segura de resolver los acuciantes problemas actuales.

Aparte de la cuestión de hecho —comparto el escepticismo de Adam Smith sobre los beneficios que pueden esperarse de “aquellos que se inclinaron por los negocios por el bien público”—, este argumento debe ser rechazado por motivos de principio. A lo que equivale es a una afirmación en el sentido de que aquellos que son partidarios de los impuestos y de los gastos en cuestión no han conseguido convencer a la mayoría de sus conciudadanos para que piensen igual, y que lo que pretenden es alcanzar por procedimientos antidemocráticos lo que no pueden alcanzar por procedimientos democráticos. En una sociedad libre, resulta difícil para la gente “mala” llevar a cabo cosas “malas”, especialmente porque el bien de uno es el mal de otro.

Para simplificar, me he concentrado en el caso especial del ejecutivo corporativo, excepto en la breve digresión sobre los sindicatos. Sin embargo, precisamente el mismo argumento es aplicable al fenómeno más reciente de apelar a los grupos de interés para exigir a las corporaciones que ejerzan la responsabilidad social (como, por ejemplo, la reciente cruzada de General Motors). En la mayoría de estos casos, lo que en realidad ocurre es que algunos grupos de interés intentan que otros grupos de interés (o clientes o empleados) contribuyan contra su voluntad a causas “sociales” impulsadas por los activistas. En la medida en que tengan éxito, están volviendo a cobrar impuestos y gastándose el rendimiento de los mismos.

La situación del propietario individual es algo distinta. Si actúa para reducir los ingresos de su empresa con el fin de ejercer su “responsabilidad social”, se está gastando su propio dinero, no el de otro. Si desea gastarse su dinero para tales fines, está en su derecho, y no alcanzo a ver que pueda hacerse objeción alguna a que lo haga. En este proceso el propietario individual también puede imponer costes sobre los empleados y los clientes. Sin embargo, dado que es mucho menos probable que el propietario individual tenga el poder monopolístico de una gran corporación o sindicato, cualquier efecto colateral en este sentido tenderá a ser menor.

Por supuesto, en la práctica la doctrina de la responsabilidad social sirve a menudo para encubrir acciones que se justifican por motivos distintos que el motivo para llevar a cabo dichas acciones.

Para ilustrar dicha afirmación, puede muy bien que resulte beneficioso a largo plazo para una corporación que es un empleador de primer orden en una pequeña comunidad dedicar recursos a proporcionar comodidades para aquella comunidad o para mejorar el gobierno de la misma. Ello puede facilitar la atracción de empleados deseables, puede reducir la factura salarial o reducir las pérdidas causadas por hurtos y sabotajes o tener otros efectos positivos. O puede ser que, dadas las leyes sobre la desgravación de las contribuciones benéficas de las empresas, los grupos de interés puedan contribuir a promover más actos benéficos haciendo que sea la empresa y no ellos mismos quien haga el regalo, ya que de este modo pueden contribuir con una cantidad que de lo contrario se habría pagado como impuestos corporativos.

En cada uno de estos casos, y en otros muy similares, existe una tentación muy fuerte de racionalizar estas acciones como un ejercicio de “responsabilidad social”. En el presente clima de opinión, con su aversión generalizada al “capitalismo”, a los “beneficios”, a la “corporación desalmada” y demás, para una corporación ésta es una manera de generar clientela y renombre comercial como producto de unos gastos que están completamente justificados en el propio interés de la empresa.

Sería incoherente por mi parte pedir a los ejecutivos corporativos que se abstuvieran de recurrir a esta pura fachada hipócrita porque perjudica los fundamentos de una sociedad libre. ¡Ello sería pedirles que ejercieran una “responsabilidad social”! Si nuestras instituciones, y las actitudes del público, encubren así las acciones que realizan en su propio interés, yo no puedo llamar a una gran indignación para denunciarlos. Al mismo tiempo, puedo expresar admiración por aquellos propietarios individuales de corporaciones cerradas o por los grupos de interés de corporaciones más abiertas que menosprecian dichas tácticas porque se acercan al fraude.

Sea o no reprobable, la utilización del encubrimiento de responsabilidad social, y los disparates que dicen en su nombre influyentes y prestigiosos empresarios, perjudican claramente los fundamentos de una sociedad libre. Me ha impresionado una y otra vez el carácter esquizofrénico de muchos empresarios. Son capaces de tener una gran visión de futuro y una gran lucidez en cuestiones internas de sus empresas. Sin embargo, son increíblemente miopes y confusos en cuestiones que son externas a sus empresas pero que afectan a la posible supervivencia de la empresa en general. Dicha miopía queda sorprendentemente ejemplificada en los llamamientos que muchos empresarios realizan con respecto a las pautas salariales o de precios o a las políticas de control o de ingresos. No hay nada que pueda hacer más en un breve espacio de tiempo para destruir un sistema de mercado y sustituirlo por un sistema de control centralizado que el control gubernamental efectivo de los precios y salarios.

Dicha miopía también queda ejemplificada en los discursos de los empresarios sobre la responsabilidad social. Puede que ello les reporte prestigio a corto plazo, pero contribuye a reforzar la ya demasiado extendida visión según la cual la búsqueda de beneficios es malvada e inmoral y debe ser refrenada y controlada por fuerzas externas. Una vez adoptada esta visión, las fuerzas externas que refrenan el mercado no serán las conciencias sociales, por muy desarrolladas que estén, de los ejecutivos pontificantes; será el puño de acero de los burócratas gubernamentales. Aquí, como en el caso de los controles sobre los precios y los salarios, a mí me parece que los empresarios hacen gala de un impulso suicida.

El principio político subyacente al mecanismo de mercado es la unanimidad. En un mercado libre ideal basado en la propiedad privada, ningún individuo puede coaccionar a ningún otro, toda cooperación es voluntaria, todas las partes de dicha cooperación se benefician de ella o no necesitan participar en la misma. No existen valores ni responsabilidades “sociales” en ningún sentido que no sean los valores y las responsabilidades compartidos por los individuos. La sociedad es una suma de individuos y de los distintos grupos que éstos constituyen voluntariamente.

El principio político subyacente al mecanismo político es la conformidad. El individuo debe servir a un interés social más general, ya sea determinado por una iglesia, un dictador o una mayoría. El individuo puede tener un voto y decir en qué debe hacerse, pero si es desestimado, debe conformarse. Para algunos es apropiado exigir a los demás que contribuyan a un objetivo social general tanto si lo desean como si no.

Por desgracia, la unanimidad no siempre es posible. Existen algunos aspectos en los que la conformidad parece inevitable, de modo que no veo cómo puede uno evitar la utilización del mecanismo político totalmente.

Sin embargo, la doctrina de la “responsabilidad social” tomada seriamente ampliaría el alcance del mecanismo político a toda actividad humana. Filosóficamente no difiere de la doctrina colectivista más explícita. Difiere únicamente al profesar que cree que los fines colectivistas pueden alcanzarse sin medios colectivistas. Por ello, en mi libro *Capitalism and Freedom* la he calificado de “doctrina fundamentalmente subversiva” en una sociedad libre, y he afirmado que en tal tipo de sociedad “existe una y sólo una responsabilidad social de la empresa: utilizar sus recursos y comprometerse en actividades diseñadas para incrementar sus beneficios en la medida en que permanezca dentro de las reglas del juego; es decir, comprometerse en una competencia abierta y libre sin engaño o fraude”.