



Universidad de Navarra

Cátedra "la Caixa" de Responsabilidad
Social de la Empresa y Gobierno Corporativo

Occasional Paper
OP nº 07/16-C
Maig, 2007

RESPONSABILITAT SOCIAL I CREACIÓ DE VALOR PER A L'ACCIONISTA: OBJECTIUS CONTRAPOSATS O COMPLEMENTARIS?

Antonio Argandoña

La finalitat dels IESE Occasional Papers és presentar temes d'interés general a un públic ampli.

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 © 2007 IESE Business School.

RESPONSABILITAT SOCIAL I CREACIÓ DE VALOR PER A L'ACCIONISTA: OBJECTIUS CONTRAPOSATS O COMPLEMENTARIS?

Antonio Argandoña*

Resum

En els darrers anys, i coincidint amb el desenvolupament de la teoria i la pràctica de la responsabilitat social corporativa (RSC), té lloc un ampli debat sobre la compatibilitat de la responsabilitat esmentada amb l'objectiu de l'empresa, que la ciència econòmica ha identificat, tradicionalment, amb la maximització del valor per al propietari. Aquest article tracta d'explicar que la RSC és compatible amb la funció social de l'empresa com a institució econòmica, és a dir, relacionada amb l'optimització de l'ús eficient dels recursos a la societat. Però això implica entendre adequadament quina és aquesta funció social i, per tant, quin és l'objectiu de l'empresa, i quin sentit té la maximització del valor per a l'accionista. I, per descomptat, entendre també què és –i què no és– la responsabilitat social de l'empresa.

* Professor de Economia, Càtedra "la Caixa" de Responsabilitat Social de l'Empresa i Govern Corporatiu, IESE

Paraules clau: eficiència, empresa, ètica, maximització del benefici, maximització del valor, responsabilitat social.

RESPONSABILITAT SOCIAL I CREACIÓ DE VALOR PER A L'ACCIONISTA: OBJECTIUS CONTRAPOSATS O COMPLEMENTARIS?

Introducció¹

En aquest article em proposo mostrar que hi ha un paper per a la responsabilitat social corporativa (RSC), que no contradiu la tesi que una de les funcions socials de l'empresa és l'optimització de l'eficiència econòmica, que acostuma a comportar la maximització del valor per a l'accionista. Però això només és veritat si partim d'una determinada concepció de la RSC, entesa com les polítiques i els programes que les empreses elaboren i posen en pràctica de manera voluntària, per fer front a les seves responsabilitats davant els implicats en la seva gestió i funcionament (els seus *stakeholders*) i davant la societat en general².

Això implica que estem davant d'una veritable responsabilitat, de caràcter econòmic i social i, sobretot, moral, que no es limita a l'acció social o la filantropia –que pot formar part d'aquella responsabilitat, però que no s'hi identifica– (Lozano, 2006). I que és voluntària, pel fet que va més enllà del que estableix la llei³, però no discrecional, en el sentit que pot fer-se o no a voluntat (la filantropia podria ser-ho), sinó normativa: l'empresa *ha de* tenir en compte les seves responsabilitats com una obligació de caràcter moral (una obligació de consciència) o social (recolzada per normes i sancions socials) (Argandoña, 2006b).

La maximització de valor per a l'accionista

Que les empreses s'han de gestionar de manera que es creï el major valor possible per a l'accionista és un principi àmpliament acceptat en l'economia i les finances. Friedman (1962, pàg. 133) ho va exposar d'una manera molt clara: «hi ha una i només una responsabilitat de l'empresa: fer servir els seus recursos en activitats encaminades a maximitzar els seus beneficis, en la mesura que observi les regles del joc, és a dir, que actuï dins de la lliure competència,

Nota: Publicat a la *Revista Econòmica de Catalunya*, juny del 2006.

¹ Aquest treball forma part de les activitats de la Càtedra “la Caixa” de Responsabilitat Social de l'Empresa i Govern Corporatiu, de l'IESE.

² Aquesta definició està inspirada en Comissió de les Comunitats Europees (2001), n. 20.

³ El compliment de la llei forma part de les responsabilitats de l'empresa, però el que entenem habitualment per RSC és de caràcter voluntari.

sense engany ni frau», o sigui, «actuant d'acord amb les regles bàsiques de la societat, incorporades a la llei i als costums ètics» (Friedman, 1970).

Aquest principi no és arbitrari, sinó que respon a un raonament molt clar. Una empresa és una institució econòmica –encara que no solament econòmica. El que caracteritza l'economia és el “principi econòmic” (Mises, 1949): l'ésser humà sempre tracta d'aconseguir els millors resultats amb els escassos recursos disponibles. Per tant, la funció social de les institucions i les organitzacions econòmiques ha d'incloure no solament una actuació eficient –que el valor dels resultats obtinguts no sigui inferior al dels recursos emprats–, sinó la màxima eficiència.

La ciència econòmica mostra que, sota unes certes condicions, això s'aconsegueix quan les empreses maximitzen els seus beneficis –o millor, quan maximitzen el valor del capital dels propietaris (el valor de les accions, si es tracta d'una societat anònima). D'aquí la conclusió que les empreses *han de* maximitzar el valor esmentat com a institucions econòmiques que són; aquesta és la seva responsabilitat perquè, en complir-la, optimitzen la seva aportació a la societat. I això, si s'interpreta literalment, com fa Friedman (1970), implica que qualsevol altra responsabilitat que els impedeixi maximitzar aquest valor serà indesitjable (Argandoña, 2006a).

¿Significa, això, que allò que anomenem “responsabilitat social corporativa” és incompatible amb la maximització de valor per a l'accionista i, per tant, amb la racionalitat econòmica i amb la funció social de l'empresa? Intentaré mostrar que hi ha un paper per a la RSC, que és compatible amb la màxima eficiència econòmica.

L'eficiència econòmica

En què consisteix aquesta “eficiència” que l'economia es proposa optimitzar? Es tracta de maximitzar no el valor privat, sinó el “valor social” dels béns i dels serveis produïts (Jensen, 2001), és a dir, la diferència entre el valor que el consumidor els atribueix i el cost d'oportunitat de produir-los, quan aquell valor inclou *totes* les característiques positives (netes) per a la societat, i el cost inclou *tots* els costos d'oportunitat emprats (Argandoña, 2004a; Salas, 2004). Es tracta, doncs, de produir béns que aportin el màxim valor al consumidor, és a dir, que satisfacin de la millor manera les necessitats actuals i futures de tots els consumidors potencials, tot utilitzant els recursos de manera que el seu cost total per a la societat, econòmic o no, present o futur, sigui mínim⁴.

Les condicions que s'han de complir per tal que la maximització de valor condueixi a aquest òptim són, principalment, l'existència de competència perfecta a tots els mercats (els béns i els factors han de ser idèntics a tots els mercats; hi ha d'haver llibertat d'intercanvi, d'entrada i de sortida; compradors i venedors han de tenir informació perfecta sobre el preu, així com de les característiques i la disponibilitat dels béns i dels factors, i tant els compradors com els venedors no han de poder afectar el preu), i l'absència de béns públics i d'efectes externs, de manera que els preus reflecteixin plenament tots els costos i els beneficis socials⁵.

⁴ No és aquest el lloc per preguntar-nos si aquest resultat és el que recull a cada moment la cotització de les accions a la borsa –tot i que la resposta ha de ser negativa.

⁵ Vegeu una demostració i la discussió d'aquestes condicions a Winch (1971).

Aquestes condicions, per descomptat, no es compleixen mai, però la ciència econòmica mostra que els resultats poden ser corregits per mitjà de regulacions que fomentin la competència, redueixin el poder de mercat, amplii la informació disponible, eliminin barreres d'entrada i sortida, proveeixin públicament els béns públics i corregeixin els efectes externs. Aquesta seria, doncs, la responsabilitat de l'Estat –i, per això, alguns autors s'oposen a traslladar aquesta responsabilitat a les empreses.

I, això no obstant, hi ha raons per a l'actuació voluntària de les empreses (que formaria part de la RSC), perquè la regulació té limitacions. La llei acostuma a ser reactiva (afrontar els problemes quan ja han aparegut), mentre que la RSC pot i ha de ser proactiva; la llei sol ser incompleta, perquè no considera tots els detalls rellevants, que la RSC pot tenir en compte; la regulació pot presentar problemes, com el de la “captura del regulador”, que la RSC pot evitar, etc. L'actuació voluntària de les empreses permetria compensar la manca de competència en els mercats (per exemple, mitjançant el pagament de salaris superiors als d'equilibri en un mercat en què l'empresa té poder monopsonístic), internalitzar els efectes externs (mitjançant la reducció de la contaminació o la millora de la seguretat dels productes més enllà del que exigeix la llei) o proveir béns públics de forma privada (per mitjà d'accions filantròpiques).

Aquesta proposta té, no obstant això, almenys dues limitacions. Primera: les empreses no sembla que tinguin incentius per dur a terme accions voluntàries de RSC, que reduiran els seus beneficis, almenys a curt termini. A això es pot respondre que l'empresa pot adonar-se que la RSC crea també oportunitats de maximització de valor a llarg termini i, sobretot, que l'empresa ha de concebre aquestes accions com una responsabilitat ètica o social, que respon a incentius que van més enllà dels purament econòmics.

La segona limitació assenyala que les empreses es troben en inferioritat de condicions respecte del regulador a l'hora de determinar les causes de les desviacions de l'òptim; que no disposen de mitjans d'anàlisi idonis, ni tenen la visió de conjunt necessària per prendre decisions que afecten tota la societat, ni poden superar fàcilment les conductes oportunistes (*free riding*) que es poden presentar en situacions d'autoregulació (Howard et al., 2000). Però no cal exagerar aquestes dificultats. Per exemple, l'empresa que contamina i vol actuar responsablement no necessita conèixer el grau de contaminació socialment òptim (una cosa que tampoc no coneix el regulador), i hi ha motius per poder pensar que l'empresa coneix més bé que ell la naturalesa i la quantia de la seva activitat contaminant (Argandoña, 2004c). I encara que l'autoregulació no porti necessàriament a l'òptim social, pot aproximar-s'hi, sobretot quan la llei o la regulació tampoc no són eficaces⁶.

A més, les empreses són expertes en la gestió del coneixement, en l'anàlisi i la solució de problemes complexos, en la gestió del diàleg, de la negociació i del consens amb els *stakeholders*, de manera que estan en condicions de fer una bona feina, si es proposen

⁶ La pràctica de les empreses mostra que les estratègies per fer front a aquests problemes poden ser molt diferents, fins i tot dins d'un mateix sector i zona geogràfica, d'acord amb factors propis de l'empresa (Reinhardt, 2004), la qual cosa abona la tesi que hi ha un marge perquè les empreses els afrontin amb les seves pròpies estratègies de RSC.

seriosament complir amb qualsevol responsabilitat que vulguin assumir, més enllà de la maximització del valor per als seus accionistes⁷.

L'empresa, comunitat de persones

L'empresa és una institució econòmica, però no solament econòmica. És també una organització social, almenys en dos sentits: com a comunitat humana, i com a part d'una societat més àmplia.

Com a comunitat humana, una organització és «un conjunt de persones que coordinen les seves accions per aconseguir uns objectius que interessin a tothom, encara que aquest interès pot ser degut a motius molt diferents» (Pérez López, 1993, pàg. 13). La ciència econòmica resol el problema de coordinació dels objectius de l'organització amb els interessos particulars dels qui formen part de l'empresa (propietaris, directius i treballadors: els *stakeholders* interns) tot suposant que es poden dissenyar i posar en pràctica contractes que promoguin els incentius adients perquè cada un dels *stakeholders* interns vegi satisfets els seus interessos, alhora que aporta el que l'organització necessita per ser competitiva i eficient.

En concret, les empreses han de promoure la col·laboració de factors productius que inverteixin en actius específics (físics, humans o organitzatius)⁸, tot formant equips en els quals participin empleats, directius i inversors, de manera que s'optimitzi la creació de valor, es redueixin els costos i es generin avantatges competitius per a l'empresa. Però això planteja problemes nous: 1) qui decideix què cal fer per maximitzar el valor i, consegüentment, qui controla els altres participants; 2) com es reparteix el valor afegit, i 3) qui assumeix els riscos derivats del funcionament de l'empresa i, d'una manera especial, els riscos derivats de la inversió en capital específic (Boatright, 2002; Bradley et al., 1999).

D'acord amb la teoria contractual de l'empresa, els propietaris contracten amb els *stakeholders* interns i externs les condicions amb les quals ells contribuiran a la producció, a canvi d'una remuneració especificada per endavant. D'aquesta manera, es resol el problema del repartiment del valor del producte: cada participant contractual rep la part pactada (els empleats el seu salari, els creditors els seus interessos...), els participants no contractuals reben també una part preestablerta (per exemple, l'Estat cobra els impostos) i els propietaris reben el residu (benefici). El mateix passa amb els riscos: els participants contractuals reben la seva remuneració sense risc, i

⁷ S'acostuma a afirmar que limitar la funció social de l'empresa a la maximització del valor per a l'accionista simplifica la tasca dels directius, així com el control de la seva gestió pels propietaris i pels mercats de capitals (Jensen, 2001). Però aquesta simplificació és només aparent, perquè persisteixen els incentius dels directius per perseguir objectius personals, com a remuneració, seguretat, poder, prestigi, etc., tal com assenyalava la teoria de l'agència. Persisteixen també els problemes pràctics, a l'hora de determinar si una decisió maximitza o no el valor per als accionistes, perquè la gestió d'empreses no és una feina senzilla, consistent a igualar el cost marginal a l'ingrés marginal, fins i tot en el cas que algú sàpiga quins són els rellevants, com cal calcular-los i com s'esdevé això al llarg del temps. I, finalment, deixa sense resoldre el problema d'optimització del valor social quan no es compleixen les condicions assenyalades per la teoria econòmica.

⁸ Un actiu és específic d'una empresa quan la seva aportació al valor de la producció és màxima en aquesta empresa, i es redueix fortament a fora. Pot ser físic (un equip dissenyat per a aquesta empresa), humà (el coneixement dels seus processos de producció o de les peculiaritats dels seus clients), financer (el coneixement de les oportunitats i els riscos d'aquesta empresa), etc. El major valor del capital específic és degut a l'aportació que duu a terme a la generació de valor en aquesta empresa, la qual cosa constitueix una quasirenda que, habitualment, el propietari del factor productiu específic espera apropiat-se, però que també pot ser apropiat pel propietari de l'empresa, pels seus directius o per un altre factor de la producció.

tot el risc residual recau en els propietaris. I si aquests assumeixen el benefici i el risc residual, els ha de correspondre la presa de decisions (que delegaran en els directius, a través d'un contracte d'agència) i la corresponent monitorització dels altres partícips, a través de mecanismes de mercat o de control intern (Easterbrook i Fischel, 1991). De manera que, una vegada més, la maximització de valor de l'accionista és la solució.

Però la resposta es complica quan hi ha contractes incomplets (per exemple, a causa d'asimetries d'informació, que motiven comportaments oportunistes, que ni la llei ni el contracte poden evitar), efectes externs (els contractes afecten *stakeholders* que no entren en la relació contractual, com, per exemple, les generacions futures), o quan es produeixen inversions en capital específic, perquè aquest genera riscos que no sempre es poden traslladar al propietari del capital, i també quasirendes (que vénen a ser com a oportunitats de més benefici, atribuïbles a aquest capital específic), que cal repartir. I el criteri de repartiment d'aquests riscos i d'aquestes quasirendes tindrà efectes sobre els incentius de les parts implicades i, per tant, sobre el mateix resultat de l'empresa.

Per exemple, en un equip (i una empresa moderna és un equip humà, més que un conjunt d'actius físics), l'aportació de cada un dels seus membres al resultat del conjunt no és independent del resultat imputable a tot l'equip, que, al seu torn, dependrà de les regles de repartiment del resultat, dels costos i dels riscos assumits per cadascú. Això implica que, en organitzacions complexes, la remuneració i, per tant, el valor mateix del producte dependran de factors com la confiança, la justícia i l'exigència d'un tracte digne, que no es poden basar només en criteris econòmics de repartiment, ni poden generar-se només per mitjà de regles contractuals.

Quan afirmem que l'empresa és una comunitat de persones, ens estem referint, doncs, a aquest conjunt de drets i deures que es generen en l'activitat econòmica de l'empresa, perquè l'empresa és una institució econòmica; però que tenen una dimensió no estrictament econòmica, perquè l'empresa és una institució no solament econòmica, sinó social i ètica, dues dimensions que no es poden reduir a l'econòmica. Cal, doncs, tenir en compte alguna cosa més que les variables econòmiques –i aquest és el paper que atribuïm a la RSC.

L'empresa a la societat

L'empresa també és una organització social en un altre sentit: com a part d'una societat més àmplia. Doncs bé, el que s'ha dit abans sobre els *stakeholders* interns també serveix, d'alguna manera, per a aquesta inserció de l'empresa en la societat, és a dir, per a la seva relació amb els *stakeholders* externs. L'existència de contractes incomplets amb clients i proveïdors (en els quals no es reparteixen equitativament els riscos derivats, per exemple, de la inversió en capital específic, sigui físic o humà), les relacions amb la comunitat local (lligades a efectes externs, com la contaminació, la congestió del trànsit, l'existència de béns públics dels quals tothom es beneficia, però en la producció de la qual l'empresa no té incentius a contribuir-hi, etc.), amb altres empreses (efectes de difusió de la investigació, per exemple, o de competència deslleial) i amb la societat en general (inclosos els afectats als quals no arriben els contractes vigents, com les generacions futures), fan que no sempre sigui possible valorar adequadament tots els costos i els ingressos socials creats per l'activitat de l'empresa.

Quan en la teoria de la RSC s'affirma que l'empresa ha de comportar-se com un *bon ciutadà*, el que es vol dir és que l'empresa té responsabilitats socials que no queden prou ateses pel criteri

de maximització del valor per als propietaris, i que han de ser tingudes en compte, si volem que l'empresa compleixi la seva funció social com a institució econòmica.

El paper de la responsabilitat social de l'empresa

El lector potser pot considerar que el paper que estic reivindicant per a la RSC és molt pobre: sembla que estic proposant de fer-la servir com una eina de gestió, per evitar o solucionar conflictes entre els *stakeholders* i l'organització o entre uns *stakeholders* i uns altres; o per *motivar-los* a desenvolupar el capital i les competències específiques que l'empresa necessita per maximitzar-ne els beneficis. Convé, doncs, precisar millor quin paper ha de tenir la RSC a l'empresa, entesa, com he dit al començament, com una responsabilitat que és, abans de tot, ètica i social, i de caràcter voluntari, però normatiu.

L'empresa és una *organització econòmica*. Per tant, primer ha de funcionar com a *organització*, tot conjuntant l'actuació de persones que persegueixen objectius diferents entre elles, de manera que s'assoleixi l'objectiu de l'organització. Això implica que hi ha un conjunt de qüestions que l'empresa (el mateix que una institució caritativa, un club esportiu, un partit polític o una oficina pública) s'ha de plantejar, si vol ser una bona organització. Per exemple: Quins efectes tindran les decisions que es prenen a l'empresa sobre els objectius de l'organització? (aquesta és la pregunta que ens agrada als economistes, perquè és la que estem preparats per respondre). De quina manera afectarà la decisió a la competència distintiva de l'organització?, o sigui, ¿millorarà l'organització gràcies a aquesta decisió? (una cosa que els economistes no acostumem a preguntar-nos). ¿Aprendrà a fer coses més complexes i a fer-les millor? Després d'aquesta decisió, ¿serà capaç l'organització –o sigui, seran capaces les persones que hi treballen– de satisfer millor les necessitats dels seus clients? I, sobretot, ¿millorarà la identificació dels membres de l'organització amb el seu objectiu? (Pérez López, 1993; Rosanas, 2006; Argandoña, 2004b, 2006c).

El que he pretès explicar abans és, en primer lloc, que la teoria econòmica de l'empresa, quan la defineix com un nexa de contractes, intenta enfrontar-se a aquestes preguntes, però es queda molt curta, perquè es tracta de qüestions que tenen un component econòmic, però que van molt més enllà del merament econòmic. I, en segon lloc, que la RSC, com a responsabilitat social ètica, de caràcter voluntari, però normativa, no opcional, té molt a aportar a la manera d'enfrontar-nos amb aquestes qüestions.

Però, un cop dit això, convé posar èmfasi en què l'empresa és una *organització econòmica*, el paper de la qual en la societat està profundament relacionat amb la satisfacció de necessitats actuals amb la màxima eficiència possible, i sense posar en perill la possibilitat de satisfer necessitats futures. Per tant, la RSC no s'ha de definir en termes d'una llista més o menys arbitrària d'obligacions de l'empresa davant de la societat, com pretenen alguns, que veuen en les empreses la solució als grans problemes d'una societat globalitzada, quan els governs no saben, no volen o no poden estar a l'altura dels nous reptes.

La responsabilitat social de l'empresa ha de definir-se en funció del que és l'empresa i, per tant, ha de plantejar-se en termes de creació de valor⁹. Però de valor social, és a dir, si es tenen en compte factors com la millora o l'empitjorament en la qualitat de les decisions de les persones

⁹ En això coincideixen els defensors de la RSC, com ara Freeman (2004), i els seus detractors, com ara *The Economist* (2005).

(dimensió ètica), la creació de condicions millors o, almenys, no pitjors per a les generacions futures (dimensió mediambiental), i els conflictes, la cooperació o el poder en la societat, i les seves conseqüències sobre les generacions presents i futures (dimensió social) (Kochan i Osterman, 1994; Post et al., 2002).

Abans d'acabar, convé discutir dues qüestions addicionals, relacionades amb la veritable naturalesa de la RSC. La primera és la de si la RSC és *rendible*, en el sentit que permet maximitzar el valor per als accionistes –el que Jensen (2001) anomena la *creació de valor intel·ligent*. Això pot tenir lloc, per exemple, quan els consumidors estan disposats a pagar un preu més alt perquè perceben un valor més alt en els béns i serveis obtinguts, per exemple, perquè l'empresa té cura del medi ambient més enllà del que exigeix la llei, o perquè practica regles de *comerç just* en els seus subministraments (la RSC seria, per tant, una font d'avantatge competitiu), o quan els costos es redueixen com a conseqüència de les accions de RSC, per una major dedicació dels empleats, o per la reducció dels costos de regulació, gràcies a l'autoregulació de l'empresa en temes mediambientals, etc.

Però, si les empreses actuen tractant de maximitzar-ne el valor, i la RSC concorre a aquest resultat, la RSC no afegeix res de rellevant –llevat que s'interpreti com un mitjà (entre altres) per identificar oportunitats de negoci, la qual cosa suposa deixar de considerar-lo com un exercici de responsabilitat ètica i social. Per descomptat, la RSC pot contribuir a la reducció de costos o a la maximització del valor, però això no pot afirmar-se amb caràcter general.

D'altra banda, sostenir que les empreses amb RSC maximitzen el valor tan bé com les altres, o fins i tot millor que elles, és un argument dubtós. En la realitat trobem tota mena de combinacions entre eficiència i responsabilitat; els resultats empírics no són –no poden ser– concloents, ni es pot demostrar quina és la causa i quin l'efecte¹⁰. A més, si totes les empreses fossin socialment responsables, desapareixerien els avantatges (en termes de diferenciació de producte, per exemple, o de menors costos de producció) que cada una rebria de la seva actuació responsable (Vogel, 2004).

La segona qüestió que m'agradaria discutir és la de si la RSC s'identifica amb la filantropia o amb les accions altruistes o caritatives, com, sens dubte, sembla donar-se sovint. Segons el meu parer, aquests són deures de totes les persones, almenys en la mesura que tinguin coneixement de les necessitats d'altres i disposin de recursos (econòmics, de temps, de coneixements, etc.) per satisfer-les. Les empreses no necessiten una justificació particular per dur a terme accions de filantropia (Walsh, 2004), sinó que han de dur-les a terme per les mateixes raons que ha de fer-ho qualsevol persona o organització, quan es compleixen unes condicions determinades: necessitat greu, capacitat especial per resoldre aquesta necessitat, absència d'altres persones en millors condicions per proporcionar l'ajuda, etc.

Des d'aquest punt de vista, l'acció social seria una forma d'exercir la responsabilitat social, no de l'empresa, sinó de la propietat, que enllaçaria amb la *funció social de la propietat*. Si es considera que l'empresa és un patrimoni independent dels seus propietaris, l'empresa podria dur a terme la seva acció social de manera directa (tot i que donant preferència, si és el cas, a altres deures igual o més exigents amb els propietaris i amb els altres *stakeholders*). Però si es considera que l'empresa és només el patrimoni dels seus propietaris, llavors són aquests els que

¹⁰ Margolis i Walsh (2003) fan un resum excel·lent dels intents de trobar una relació entre RSC i beneficis, i dels problemes metodològics i pràctics que aquest intent planteja.

han d'exercir aquesta funció social, sigui personalment, sigui mitjançant l'autorització dels directius de l'empresa a fer-ho en nom seu (Friedman, 1970)¹¹.

Conclusions

La relació entre creació de valor per a l'accionista i RSC es presta a malentesos. Els economistes contribueixen a crear-los quan s'aferren als seus models teòrics, basats en supòsits raonables, però necessàriament limitats. També els experts en RSC tenen la seva part de culpa, quan basen les seves propostes en arguments teòrics incorrectes o imprecisos. I, sobretot, és l'èmfasi dels mercats financers en la creació de valor com a maximització del preu de l'acció en la borsa a curt termini, la qual cosa crea una situació permanent de conflicte.

A les pàgines anteriors he intentat oferir algunes idees per resoldre aquest conflicte aparent. Hi ha raons profundes, també en la ciència econòmica, per reconèixer que la funció social de l'empresa no coincideix amb la maximització del valor per a l'accionista a curt termini. I aquí és on té cabuda la RSC, si es defineix de manera apropiada, com una responsabilitat ètica i social, de caràcter voluntari però normatiu. Perquè, a més, aquesta responsabilitat forma part, ha de formar part, de la tasca diària de dirigir una organització econòmica.

Abans he afirmat que el concepte econòmic de valor social permetia ampliar l'àmbit de la RSC més enllà de la creació de valor (privat) per als propietaris de l'empresa, i que aquest concepte de valor social permetia tenir en compte els efectes de les accions de les empreses sobre altres agents socials, és a dir, les seves responsabilitats socials. D'alguna manera, m'atreveria a afirmar que, per a un bon directiu, optimitzar el valor social equival a complir la RSC de l'empresa, sempre que inclogui entre els *ingressos* o *beneficis* tots els béns econòmics, humans i socials, de l'empresa, dels seus membres, dels altres *stakeholders* i, en definitiva, de tota la societat (també de les generacions futures), i com a *costos* tot allò al que renunciaven els agents implicats, però també els altres i tota la societat.

No es tracta, per descomptat, d'una proposta senzilla: però ningú no ha dit que el desenvolupament de la RSC sigui una qüestió senzilla –ni que ho sigui dirigir una empresa. Es tracta de variables no fàcils de definir i identificar, que no es poden reduir a una valoració purament econòmica d'ingressos i despeses. Per això, molts autors no les consideren. I, això no obstant, no poden ser ignorades sense córrer riscos importants. A més, quan es tenen en compte, amplien els criteris de decisió i permeten desenvolupar metodologies de treball més riques, la qual cosa permet obtenir resultats diferents –no necessàriament millors, en termes del compte de resultats–, i un estil de direcció diferent –més basat en el diàleg, amb més implicació dels *stakeholders*, un coneixement més íntim de l'entorn, etc.– en definitiva, una manera diferent de dirigir.

¹¹ Poden donar-se raons de conveniència perquè l'empresa dugui a terme directament l'acció social, perquè disposa dels mitjans per poder analitzar les necessitats i per gestionar l'ajuda, i perquè pot aprofitar possibles economies d'escala en l'acció filantròpica. Un cas especial podria ser la demanda d'acció social, quan el que es demana no és el repartiment de part dels beneficis de l'empresa, sinó una contribució lligada al seu procés de negoci, com, per exemple, quan se sol·licita a les empreses farmacèutiques que redueixin el preu dels seus medicaments contra determinades malalties (SIDA, malalties tropicals), o que duguin a terme un esforç extraordinari en la investigació de malalties que afecten col·lectius minoritaris o de poder adquisitiu escàs. En tot cas, i si es deixen de costat consideracions estratègiques i d'oportunitat, el criteri de decisió ha de ser semblant al text esmentat.

Referències

Argandoña, A. (2004a), "Propiedad y control en los procesos de toma de decisiones", a *Segundas Jornadas sobre la singularidad de las Cajas de Ahorro españolas*, Saragossa, Federación de Usuarios de Cajas.

Argandoña, A. (2004b), "Unity and success in business", presentat a la Transatlantic Business Ethics Conference, Barcelona, 1-3 d'octubre del 2004.

Argandoña, A. (2004c), "On ethical, social and environmental management system", *Journal of Business Ethics*, 51.

Argandoña, A. (2006a), "Economía de mercado y responsabilidad social de la empresa", *Papeles de Economía Española*, 108.

Argandoña, A. (2006b), "The ethical foundations of corporate social responsibility", presentat a l'EBEN Research Conference "Normative Foundations of Corporate Responsibility", Sant Petersburg, 16-17 de juny del 2006.

Argandoña, A. (2006c), "Ethics in Economics and Organizations: Is an Effective Integration Possible?", presentat al 14th International Symposium on Ethics, Business and Society, Barcelona, 18-19 de maig del 2006.

Boatright, J.R. (2002), "Ethics and corporate governance: justifying the role of shareholder", a N.E. Bowie, ed., "The Blackwell Guide to Business Ethics", Blackwell, Oxford.

Bradley, M., A. Schipani, A.K. Sundaram i J.P. Walsh (1999), "The purposes and accountability of the corporation in the contemporary society: corporate governance at the crossroads", *Law and Contemporary Problems*, 62, Duke University.

Comissió de les Comunitats Europees (2001), "Libro Verde. Fomentar un marco europeo para la responsabilidad social de las empresas", Comissió de les Comunitats Europees, Brussel·les.

Easterbrook, F.H. i D.R. Fischel (1991), "The Economic Structure of Corporate Law", Harvard University Press, Cambridge.

Freeman, R.E. (2004), "Value creation and trade: a stakeholder approach", presentat a la Transatlantic Business Ethics Conference, Barcelona, 1-3 d'octubre del 2004.

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 setembre. Reproduït a W.M. Hoffman i R.E. Frederick, eds., "Business Ethics. Readings and Cases in Corporate Morality", 3a ed., McGraw-Hill, Nova York, 1995, pàgs. 137-141.

Howard, J., J. Nash i J. Ehrenfeld (2000), "Standard setting or smokescreen? Implementation of a voluntary environmental code", *California Management Review*, hivern.

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

- Kochan, T.A. i P. Osterman (1994), "The Mutual Gains Enterprise: Forging a Winning Partnership among Labor, Management and Government", Harvard Business School Press, Boston.
- Lozano, J.M. (2006), "De la responsabilidad social de la empresa (RSE) a la empresa responsable y sostenible (ERS)", *Papeles de Economía Española*, 108.
- Margolis, J.D. i J.P. Walsh (2003), "Misery loves companies: rethinking social initiatives by business", *Administrative Science Quarterly*, 48.
- 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.
- Post, J.E., L.E. Preston i S. Sauter-Sachs (2002), "Redefining the Corporation: Stakeholder Management and Corporate Wealth", Stanford University Press, Stanford.
- Reinhardt, F.L. (2004), "Environmental protection and the social responsibility of firms: Perspectives from the business literature", Harvard Business School, mimeo.
- Rosanas, J.M. (2006), "¿Qué cosas 'diferentes' dijo Juan Antonio Pérez López?", *Revista de Antiguos Alumnos*, IESE, juny.
- Salas, V. (2004), "El buen 'performance' de la empresa", a *Segundas Jornadas sobre la singularidad de las Cajas de Ahorro españolas*, Saragossa, Federación de Usuarios de Cajas.
- The Economist* (2005), "The good company. A survey of corporate social responsibility", 22 de gener.
- Vogel, D. (2004), "Is there a market for virtue? A critical appraisal of corporate social responsibility", presentat a la Transatlantic Business Ethics Conference, Barcelona, 1-3 d'octubre del 2004.
- Walsh, J.P. (2004), "Taking stock of stakeholder management", University of Michigan, juliol.
- Winch, D. (1971), "Analytical Welfare Economics", Penguin Books, Harmondsworth.