



La «responsabilidad social» de la empresa

(Publicado en *La Razón*, 18 de diciembre de 2006)

Jaime García Legaz

En letra impresa nº 723

18 de diciembre de 2006

Tras el derribo del muro de Berlín, el “nuevo anticapitalismo” ha puesto en marcha varias líneas de reflexión y praxis, de entre las que destacan el movimiento antiglobalización, el movimiento “okupa”, las políticas expropiatorias “evomoralistas” y el comunismo-pseudoecologista. Comparten todas ellas alergia ideológica a una institución fundamental de la economía capitalista: la empresa privada. Con *tics* inequívocamente marxistas, amparan las elucubraciones sobre lo que se ha dado en llamar la “responsabilidad social” de la empresa.

La mayor parte de lo que se publica en relación con la “responsabilidad social” de la empresa está, en efecto, trufado de sospechas hacia la empresa privada y de recelo a la aspiración legítima de sus propietarios de maximizar el valor ac-

tual neto de la empresa, que requiere que la empresa genere beneficios. La empresa privada es concebida como una institución intrínsecamente maligna, como un instrumento de explotación del trabajador, de generación de “plusvalías” resultantes de esa explotación (el beneficio), de “especulación” ilegítima (la inversión del ciclo natural de circulación de las mercancías y el dinero, como explicaba Marx) y de “depredación salvaje” de los recursos naturales. El corolario es, naturalmente, atribuir a la empresa privada, como contrapartida a la supuesta ilegitimidad de su beneficio, supuestas responsabilidades (¿lo adivinan?) “sociales”. Unas veces estas “responsabilidades” se atribuyen y exigen más allá de lo que las propias leyes exigen. Frecuentemente, sin embargo, tras la acción política correspondiente acaban tradu-

ciéndose en obligaciones legalmente exigibles a la empresa privada.

La lista de esas supuestas responsabilidades sociales de la empresa es ilimitadamente creciente: destinar una parte de sus ingresos a la “cultura”, destinar una parte de los beneficios después de impuestos a “obras sociales”, la “integración social” de determinados colectivos y así, sucesivamente.

Aunque mucha gente no sea consciente de ello, la atribución de “responsabilidades sociales” a la empresa tiene efectos netamente expropiadores. Obligar por ley a una empresa a destinar una parte de sus beneficios después de impuestos a algo distinto a lo que desean sus accionistas, es decir, sus propietarios, equivale a expropiar a éstos últimos.

Las empresas no son ni deben ser ONGs, asociaciones de hermanas de la caridad ni instituciones filantrópicas. Son instituciones que surgen espontáneamente para hacernos la vida más fácil y cumplen una función social insustituible: producir aquellos bienes y servicios que los ciudadanos demandamos. Actúan movidas por la legítima aspiración de sus propietarios de generar beneficios, que se justifican porque cumplen funciones esenciales en una sociedad que los demás no estamos dispuestos a cumplir: asumir riesgos e innovar en sus productos o procesos de producción. Las empresas generan riqueza, asumen el riesgo de producir bienes y servicios sin la certeza de que los venderán después, crean empleo y promueven la innovación. ¿No son esas funciones y responsabilidades sociales? ¿Se atreve alguien a

cuestionar su importancia? ¿Las prestaría alguien sin retribución alguna? ¿Quién cumpliría esas funciones sociales si las empresas no lo hicieran? Por si fuera poco, además de prestar esas funciones, las empresas privadas revierten a la sociedad parte del valor que crean mediante el pago de impuestos.

A riesgo de incurrir en grave incorrección política, la definición de la responsabilidad social de la empresa efectuada por Milton Friedman en 1970 sigue siendo plenamente válida: aumentar sus beneficios. Una definición alternativa puede ser la siguiente: la responsabilidad social de la empresa radica en maximizar su beneficio cumpliendo la ley. Ni más, ni menos.

Suponiendo siempre que el beneficio procede de la actividad empresarial en libre competencia, con contratos celebrados libremente y costes plenamente internalizados, al maximizar sus beneficios la empresa cumple una función social: garantizar el suministro de los bienes y servicios al menor coste posible, es decir, al menor precio posible para el consumidor. Cuando aseguramos nuestro coche, una empresa está asumiendo el riesgo de pagar de su bolsillo la reparación en caso de accidente aunque su coste sea muy superior al de la prima del seguro. La asunción de riesgos es también una función social.

A la empresa se le debe exigir lo que a cualquier ciudadano: que cumpla la ley, con independencia de que ésta le parezca al empresario justa o injusta, excesivamente intervencionista o insuficientemente protectora de sus derechos de propiedad. A la empresa se le puede

exigir pagar los impuestos que la ley establece, contratar a los trabajadores con arreglo a lo dispuesto en la legislación laboral, cumplir la normativa en materia de seguridad e higiene en el trabajo y cumplir la ley en materia medioambiental.

Pero ampliar la lista de las obligaciones legales de la empresa para hacerla cumplir supuestas “responsabilidades sociales” no sale gratis. Porque cuando la retribución de sus auténticas funciones sociales deja de ser suficiente, la empresa deja de producir, de asumir riesgos y de innovar. Es decir, deja de cumplir sus funciones esenciales y, de paso, las otras

que algunos se encargan de cargarle en la mochila. Tampoco está de más recordar que será el consumidor quien acabe pagando en forma de mayores precios o menor calidad el coste de las supuestas “responsabilidades sociales” de la empresa.

Muchas supuestas “responsabilidades sociales” son realmente objetivos políticos que, en todo caso, deben ser atribuidos al Estado. La empresa privada, con los incentivos correspondientes, puede ser la herramienta idónea para alcanzarlos. Al Estado lo que es del Estado, y a la empresa privada lo que es de la empresa privada.

Jaime García-Legaz es Economista del Estado y Director de Economía de FAES