

**XIV CONGRESO NACIONAL DE ÉTICA, ECONOMÍA Y DIRECCIÓN  
(EBEN-ESPAÑA)  
Ética y ejercicio profesional**

**LA ÉTICA EMPRESARIAL DESDE LA PERSPECTIVA DE  
LOS COSTES DE TRANSACCIÓN.  
Un enfoque teórico**

\*\*\*

**Francisco Joaquín Cortés García**

\*\*\*

Dr. Francisco Joaquín Cortés García  
Departamento de Dirección y Gestión de Empresas  
UNIVERSIDAD DE ALMERÍA  
Ctra. Sacramento s/n  
04120 ALMERÍA  
Teléfono: 679457652  
E-mail: fjcortes@ual.es

## RESUMEN

El desempeño de su actividad en un entorno ético, que vaya más allá del ordenamiento jurídico, permite a las empresas reducir de forma espectacular los costes de transacción (inexhaustividad de los contratos, información asimétrica, riesgo moral, etcétera). De igual modo, el desempeño de la actividad empresarial basado en principios y valores de naturaleza ética contribuye a la mejora de la eficiencia económica. Con esto queremos decir que la ética es rentable, al menos a largo plazo, y, sobre todo, en términos reputacionales. Y el apoyo a la RSC no se haya tanto en la demanda como en la oferta, y en los costes de agencia como en los costes de transacción.

La ética en el ámbito de la empresa contribuye a la mejora reputacional de la misma, pero también permite introducir elementos relacionales y basados en la reciprocidad, que son fundamentales para entender, en concreto, la función de marketing en el seno de las organizaciones empresariales complejas.

Pero, sobre todo, la ética, en el seno de las organizaciones empresariales, implica una importante reducción de los costes de transacción, y en consecuencia una mejora de la eficiencia económica. Y si esto es así, según la *teoría de los costes de transacción*, la ética permite una justificación contemporánea de la empresa en las sociedades actuales, especialmente en el avance de su proceso institucional. Se puede decir, por tanto, que la ética no es inocua a los procesos que ocurren en el seno de las organizaciones. El desempeño de la actividad empresarial en un *entorno ético*, o, por el contrario, en un *entorno eminentemente utilitarista*, tiene efectos económicos muy distintos en base a las nuevas relaciones de la empresa con la sociedad y en base a los nuevos diálogos entre la empresa y sus grupos de interés: clientes, accionistas, empleados, proveedores y sociedad en su conjunto.

## I. A MODO DE INTRODUCCIÓN

Uno de los debates más intensos y recurrentes en la actualidad, en el ámbito de la gestión empresarial, es el relativo a la relación entre los principios y valores éticos, y el comportamiento de las empresas; y, por utilizar la terminología actual, el de la responsabilidad social corporativa (RSC)<sup>1</sup>.

La reflexión en torno al papel de los principios y valores éticos en el seno de las empresas es hoy una realidad inequívoca que da contenido a numerosas publicaciones, proyectos de investigación, conferencias y congresos en todo el mundo desarrollado. Quizá lo más discutible del proceso es el grado de profundidad o de convencimiento con el que esto se ha llevado a cabo por parte de los gestores de las grandes corporaciones empresariales. Pero la ética hoy es un factor inequívoco que forma parte de la esencia y de la cultura de las organizaciones (Chen, Sawers & Williams, 1997).

Sin lugar a dudas, en todo este proceso, hemos asistido a una cierta *banalización* de la ética en el ámbito corporativo, en el que en muchos casos ésta se ha utilizado como un elemento meramente *reputacional* o *cosmético* por parte de las grandes corporaciones, sin que realmente se produzca una verdadera incorporación de valores y principios éticos en el seno de las organizaciones. Especialmente cuando las organizaciones empresariales, como ocurre en la actualidad, desarrollan su actividad en

---

<sup>1</sup> También denominada *responsabilidad corporativa*, o *responsabilidad social de la empresa*. El de *responsabilidad corporativa* sería un concepto más extenso, con el que se haría referencia a un ámbito mucho más amplio que el estrictamente social. El de *responsabilidad social de la empresa* sería, por el contrario, un término más restrictivo, al pretender distinguir específicamente la responsabilidad de la empresa de la responsabilidad de cualquier otro tipo de organizaciones. Por comodidad en la redacción, a lo largo del presente trabajo nos referiremos a la responsabilidad social corporativa en sentido genérico sin entrar en mayores matices conceptuales.

un marco relacional, generando estructuras abiertas y con un enfoque basado cada vez más en la reciprocidad y en la *democracia informativa*.

Los recientes escándalos financieros, así como la situación de burbuja en algunos sectores o mercados (inmobiliario, tecnológico, bursátil, etcétera) se han unido en un mismo frente al proceso de *mundialización* o *globalización*. Y éste ha comportado una subsunción inexorable e irreversible del resto de factores productivos al capital transfronterizo, debilitando la estructura y el poder de los estados y de los sistemas productivos locales. Además, la transversalidad de la actividad empresarial, a través de las empresas transnacionales, y el proceso de globalización de la actividad económica, ha generado una nueva visión en torno a la multiculturalidad, el relativismo cultural y, en consecuencia, el relativismo ético (Brinkmann, 2000).

Esta situación multicausal está propiciando la necesidad de incorporar principios y valores éticos a un sistema jurídico, para algunos, insuficiente, que marcharía por detrás de la realidad empresarial o de la capacidad de emprendimiento o de innovación en las sociedades complejas del capitalismo tardío; y, por supuesto, por detrás de los propios problemas derivados de la intensificación y de una mayor movilidad de los flujos de los factores productivos: capital humano (procesos migratorios masivos por cuestiones de gradiente económico), capital financiero (desvinculación y falta de redención de la actividad financiera con respecto de la actividad económica real), etcétera.

A la mercantilización de la vida cotidiana de las sociedades complejas, con lo que comporta en términos de *sustración* de ciudadanía, se le ha unido la *fiduciarización* del proceso económico, generando nuevos dilemas de carácter ético o moral, tanto para los agentes como para los sistemas económicos. Las decisiones de producción, caracterizadas por una proyección en el tiempo de largo plazo, quedan subsumidas en las decisiones del capital, caracterizadas por un enfoque eminentemente cortoplacista y altamente especulativo. Si hace unas décadas se *demonizaba* a las empresas transnacionales por todas estas cuestiones de carácter ético, hoy se *demoniza* al capital sin arraigo económico, es decir, al capital *irredento*, capaz de desplazarse a velocidad electrónica, es decir, a velocidad de vértigo, en un mundo hipercomunicado, con grandes caudales de información y especialmente complejo.

El desarrollo de la denominada *nueva economía*, vinculada al propio desarrollo de Internet y su capacidad de conectividad, ha contribuido igualmente a esta situación de déficit ético en el ámbito de los negocios. En este proceso, la tecnología adopta miméticamente el carácter especulativo del capital, generando nuevas situaciones de injusticia y de desigualdad. El pensamiento económico neoclásico se muestra claramente insuficiente para dirimir este entorno de conflictividad, y han aparecido nuevas formas de pensamiento en las que la ética y la sostenibilidad empiezan a ser conceptos irrenunciables para el actual nivel de conciencia de nuestras sociedades. Nos referimos al desarrollo de la Economía Ecológica, cuyo máximo exponente es Georgescu-Roegen, o la Economía Ética, cuyo más reconocido representante es el premio Nobel de 1998: Amartya Sen. Bajo estas concepciones, la sostenibilidad de las sociedades es el resultado de la suma de las *sostenibilidades* de cada una de las empresas que la conforman. Y hablar de sostenibilidad en nuestros días es algo más que la identificación y la gestión de las externalidades.

Además, en muchos aspectos, el propio desarrollo tecnológico ha propiciado la suspensión de importantes principios y valores éticos en nuestras sociedades altamente tecnificadas y opulentas. La fe en el progreso tecnológico que acompaña a las sociedades actuales, bajo la premisa de que *todo lo que puede ser, deber ser*, hace relegar el juicio ético a un segundo plano, o, incluso, lo ha llegado a hacer irrelevante para el desenvolvimiento de muchas de nuestras actividades en el ámbito social. La tecnología *ciega*, en este sentido, hace suspender el juicio moral y permite diluir el concepto de responsabilidad.

Los remotes teóricos en torno al origen de la vinculación de la ética con la empresa, o, en general, con los negocios, son muy diversos. Algunos analistas del fenómeno encuentran sus raíces en la escolástica tardía española, vinculada a las ciudades de Salamanca y Alcalá: Vitoria, Soto, Molina... Otros, por su parte, encuentran su origen en los propios inicios de la Economía política como ciencia, es decir, en los economistas políticos clásicos: Smith, Malthus, Ricardo... De hecho, no hay que olvidar, en este caso, que el que es considerado como padre indiscutible de la Economía política, ante todo, era un moralista. Y tanto en la remota *polis* aristotélica, como en la incipiente sociedad industrial de Adam Smith, podemos encontrar un claro entronque entre la economía y la ética que siempre ha estado latente y que empieza a recuperarse en nuestras sociedades *postmoralistas*.

No cabe duda, la ética o la moral siempre han estado de algún modo vinculadas a la economía, a los negocios y a la actividad empresarial, a pesar, incluso, del *apagón ético* que supuso la economía neoclásica, cuyo principal testigo es recogido por Milton Friedman en su reflexión en torno a la ética y a la actividad empresarial. A partir de aquí, la empresa, según el premio Nobel de economía, no tendría ninguna deuda con la sociedad. Es decir, Friedman, como apuntaremos más adelante, no reconoce el contrato social implícito entre empresa y sociedad que otros analistas sí han reconocido para las sociedades avanzadas.

El origen más inmediato e indiscutido de la RSC y de la vinculación entre la ética y la actividad empresarial, entendida en su concepción actual, es más reciente; en concreto, arraiga en los años sesenta del siglo pasado. Y, de forma más concreta, empieza a arraigar tras la crisis de los años setenta. La crisis del Estado de bienestar en la década de los años setenta y principios de los ochenta, debido a la crisis fiscal de los Estados providencia, estimulará la toma de conciencia de que las empresas, y en general el conjunto de agentes sociales, son esenciales para definir y procurar el bienestar de los ciudadanos: como trabajadores, como consumidores, como socios, etcétera. Las empresas, en este sentido, adquirirían el compromiso de incrementar el bienestar de los mismos cuando los Estados empezaban a mostrarse ineficaces desde el punto de vista fiscal.

La RSC, en su concepción actual, indiscutiblemente, ha sido una exigencia de los consumidores y de las sociedades modernas, y las empresas la han entendido como un instrumento para asegurarse su legitimidad y respaldo sociales. Pero, a nuestro juicio, éste no ha sido el detonante definitivo que ha motivado la eclosión del debate en torno a la ética y su relación con la actividad empresarial, o, en general, con el ámbito genérico de los negocios. Las empresas han visto en esta relación un beneficio inequívoco para sus intereses y para sus objetivos estrictamente empresariales. La imagen empresarial, es decir, la reputación, se ha convertido en un elemento capital en

el desarrollo comercial de las empresas. Además, la confianza, derivada de la imagen y la reputación empresarial, está permitiendo reducir los costes de transacción, y, a su vez, está contribuyendo a fidelizar a los clientes. La ética empieza a centrar la toma de decisiones en las empresas y se considera, con Tom Peters, que las empresas excelentes convergen hacia la ética (Ramos Hidalgo, 2001).

En efecto, el trabajar o desempeñar su actividad en un entorno ético, que vaya más allá del ordenamiento jurídico, permite a las empresas reducir de forma espectacular los costes de transacción (inexhaustividad de los contratos, información asimétrica, riesgo moral, etcétera). El desempeño de la actividad empresarial basado en principios y valores de naturaleza ética contribuye a la mejora de la eficiencia económica. Con esto queremos decir que la ética es rentable, al menos a largo plazo, y, sobre todo, en términos reputacionales. Y el apoyo a la RSC no se haya tanto en la demanda como en la oferta, y en los costes de agencia como en los costes de transacción.

La RSC, y los recursos que la empresa puede destinar a su fomento e implementación, oscila entre un mínimo, definido por el propio marco jurídico y las obligaciones contractuales explícitas, y un máximo, determinado por el deterioro de la competitividad de la empresa (De la Cuesta y Valor, 2003, p. 8), es decir cuando ocurre que el coste en RSC no compensa el beneficio reputacional.

La ética en el ámbito de la empresa contribuye a la mejora reputacional de la misma, pero también permite introducir elementos relacionales y basados en la reciprocidad, que son fundamentales para entender, en concreto, la función de marketing en el seno de las organizaciones empresariales complejas.

Pero, sobre todo, la ética, en el seno de las organizaciones empresariales, implica una importante reducción de los costes de transacción, y en consecuencia una mejora de la eficiencia económica. Y si esto es así, según la *teoría de los costes de transacción*, la ética permite una justificación contemporánea de la empresa en las sociedades actuales. Se puede decir, por tanto, que la ética no es inocua a los procesos que ocurren en el seno de las organizaciones. El desempeño de la actividad empresarial en un *entorno ético*, o, por el contrario, en un *entorno eminentemente utilitarista*, tiene efectos económicos muy distintos en base a las nuevas relaciones de la empresa con la sociedad y en base a los nuevos diálogos entre la empresa y sus grupos de interés: clientes, accionistas, empleados, proveedores y sociedad en su conjunto.

En el horizonte de la excelencia empresarial en nuestros días, dadas las exigencias sociales de los distintos grupos de interés, la ética adquiere una importancia inequívoca. En nuestros días, y por supuesto en las próximas décadas, una empresa no podrá ser excelente si no es socialmente responsable y si no desempeña su actividad en un entorno ético. La excelencia y la ética están experimentando una aproximación asintótica de la que cada vez un mayor número de empresas son conscientes.

## **II. LA ÉTICA EMPRESARIAL**

Como ya hemos advertido, en los últimos años se ha ido profundizando de manera consciente en las dimensiones éticas de la economía, de la empresa y de la sociedad. Cada vez es más frecuente encontrarnos el concepto de ética empresarial, así

como la vinculación de valores y conceptos de la moral convencional y postconvencional al ámbito de las organizaciones (Lozano, 1999). Amartya Sen ha desempeñado un papel capital en este sentido. La ética introduce un acervo normativo, basado en principios y valores, que limita la racionalidad convencional, esencialmente la racionalidad económica y tecnocrática, y establece un nuevo marco relacional en el ámbito de los negocios. Empieza a adquirir una especial relevancia la consideración de la decisión económica como una decisión moral, tras haber quedado al margen el concepto de justicia de los patrones de la economía neoclásica.

El concepto de responsabilidad social corporativa ha sido asumido voluntariamente por la mayoría de las grandes corporaciones y empresas transnacionales, especialmente en el ámbito de influencia anglosajón, incorporando códigos deontológicos inspirados en los códigos profesionales que pretenden regular y enriquecer, en base a un compromiso ético, las relaciones con los *grupos de interés* o *partes interesadas* (los *stakeholders*). Se establecen códigos y decálogos de calidad, códigos y decálogos de marketing ético, códigos de buen gobierno corporativo, códigos de gestión de inversiones, etcétera. Códigos que, como decimos, arraigan en el ámbito de las profesiones liberales y que las grandes corporaciones empresariales interiorizan y hacen públicos, pretendiendo operar en un entorno ético y sostenible. La sociedad empieza a demandar de forma sistemática valores corporativos como la honestidad en los negocios, la imparcialidad y la objetividad profesional, la confianza o la transparencia. Los recientes escándalos corporativos y la generación de burbujas tecnológicas (nueva economía), financieras (globalización) o inmobiliarias han generado en la sociedad un mayor deseo de someter al escrutinio público las decisiones más relevantes que se toman en el seno de las grandes corporaciones.

Lo que fue la calidad hace unos años, especialmente en la década de los noventa del siglo pasado, ahora toma cuerpo en el concepto de responsabilidad social corporativa. Introduce elementos diferenciadores. En el futuro competirán los modelos de gestión y la RSC. La ética tiene consecuencias económicas a corto, medio y largo plazo. La asunción de principios y valores no es inocua; va a afectar a todos los ámbitos de la organización. Congresos, seminarios, foros de ética empresarial y de responsabilidad social corporativa son ya habituales en el panorama docente y empresarial.

En concreto, la ética empresarial es un concepto que empieza a cristalizar en la segunda mitad del siglo XX. Por su parte, el siglo XXI nos propone conceptos como el de la ciudadanía corporativa (Zadek, 2000), que viene a materializar transversalmente el supuesto contrato social implícito entre la empresa y la sociedad y a enriquecerlo con el nuevo papel socializador y de canalización de la ciudadanía que está tomando la empresa en nuestras sociedades complejas<sup>2</sup>.

El proceso de *mundialización* al que estamos asistiendo, que implica una movilidad de los factores económicos (capital, mano de obra, tecnología, etcétera) sin precedentes, ha sido decisivo para profundizar en el ámbito de la ética de los negocios, en especial a partir de los recientes escándalos financieros, que en muchos casos ha derivado de situación de burbuja. La ética se introdujo con fuerza a través de gobierno corporativo y el concepto de coste de agencia. Esta preocupación fue el tema central del

---

<sup>2</sup> El concepto de ciudadanía plantea una revisión del concepto hombre en el seno de las organizaciones. Las organizaciones son instrumentos con un importante proceso socializador.

testamento intelectual de Galbraith: el fraude inocente. El desarrollo de Internet también ha contribuido a desarrollar el concepto de ética en los negocios.

El desarrollo de la *Business Ethics* como especialidad precisamente se localiza temporalmente en los años sesenta (De George, 1987). Las aportaciones a este concepto tuvieron un origen claramente multidisciplinar. Se hicieron aportaciones desde la teología, desde la filosofía, desde la gestión empresarial... La ética empresarial aparece como la respuesta cívica a la diversidad y a la multiculturalidad en las sociedades complejas.

La ética empresarial en su acepción contemporánea surgiría de la esfera de influencia de las grandes corporaciones y de la separación de la propiedad y la dirección (Chandler, 1977) a través de las grandes estructuras jerárquicas y formales. La intervención pública, según Galbraith (Galbraith, 1967), vendría a justificarse en el ámbito empresarial a partir de los costes derivados de las grandes *tecnoestructuras* de las grandes corporaciones, con sus elevados costes de agencia, y que suponen un deterioro de la ciudadanía. La empresa, especialmente en las sociedades de la información y de la comunicación, se convierte en un instrumento para el ejercicio de la ciudadanía, de ahí las reivindicaciones de carácter ético que se producen en el seno de las organizaciones empresariales. La empresa es un instrumento socializador de primer orden, por lo que no tiene sentido abrir la brecha entre mercado y sociedad.

Es en los años sesenta del siglo XX cuando la ética empresarial adquiere carta de naturaleza, especialmente vinculada al desastre de la guerra de Vietnam y al papel imperialista de las empresas estadounidenses. A esta posición reflexiva, de un profundo calado práctico, se unieron teólogos y filósofos que empezaban a preguntarse de forma sistemática sobre la responsabilidad de las grandes corporaciones, especialmente cuando se apuntaban los primeros dilemas éticos en torno a la biotecnología y la biomedicina.

Es precisamente en los Estados Unidos donde arraiga con mayor fuerza, y, aun a pesar de encontrar un amplio eco en Europa, aún sigue siendo Estados Unidos quien lidera el discurso, especialmente pragmático, de la ética empresarial, de la responsabilidad social corporativa y de la ciudadanía corporativa. No obstante, “mientras que la tradición norteamericana tiende a dar por bueno el sistema económico (y suele preguntar por los valores éticos en relación con el funcionamiento de las empresas y las organizaciones), la tradición europea suele tender a preguntarse críticamente por los valores éticos del sistema económico (a menudo con el supuesto implícito de que, una vez aclarado este punto, sólo queda un problema práctico de segundo orden: su aplicación).” (Lozano, 1999, p. 36).

Pero es en la década de los ochenta cuando empiezan a consolidarse las posiciones éticas desde el ámbito empresarial. En los años ochenta empiezan a aparecer instituciones y publicaciones específicas vinculadas al ámbito de la ética empresarial y de la responsabilidad social de la empresa. En concreto, en 1981, aparece *Business and Professional Ethics Journal*, del *Centre for Applied Ethics*, adscrito a la Universidad de Florida. En 1982, aparece *Journal of Business Ethics*, revista que se ha convertido en el paradigma de las publicaciones en este ámbito. En 1985 aparece la revista, editada por la Universidad de Wisconsin, *Economics and Philosophy*. En 1991 nos encontramos con la publicación *Business Ethics Quarterly*, editada por la *Society for Business Ethics*.

El enfoque europeo en el ámbito de la ética empresarial es mucho menos normativo, buscando unas raíces filosóficas mucho más profundas que el enfoque proveniente de los Estados Unidos. La réplica del movimiento norteamericano no se hizo esperar. En 1987 se creó en Europa la *European Business Ethics Network* (EBEN), y aparecieron las revistas *Etica degli affari*, en 1987, y que más tarde pasó a denominarse *Etica degli affari e delle professioni*, y *Business Ethics. A European Review*, editada esta última por la *London Business School* (1992). Además se han ido creando centros y cátedras específicas relativos a la ética empresarial y a la responsabilidad social de las empresas.

En las puertas del siglo XXI aparecen los grandes escándalos empresariales de Enron, Parmalat, etcétera, hechos que han permitido renovar con mayor ahínco el interés por la ética empresarial y el buen gobierno corporativo. No obstante, el entorno ético de las empresas aún no está, ni de lejos, sistematizado. La mayoría de los planteamientos no están cerrados y el proceso de adaptación de los discursos a la realidad empresarial es vertiginoso. La ética empieza a surgir como la respuesta a un entorno empresarial y organizacional tecnológicamente saturado en el que el papel del individuo puede quedar relegado ante otros fines y medios.

El reconocimiento del capital humano como el elemento diferencial competitivo entre las empresas ha obligado a una revisión humanista de las organizaciones en las que la persona aparece en un primer plano. La gestión de los activos intangibles, y la *comoditización* de los activos y recursos tangibles, es decir, el agotamiento de sus posibilidades de diferenciación y de incorporación de valor a la propuesta comercial, está obligando al reconocimiento de la importancia de definir un clima laboral ético, basado esencialmente en las relaciones humanas, muy distinto al vinculado a las exigencias de las organizaciones empresariales que venían de la crisis de la *organización científica del trabajo*. La sociedad del conocimiento y la utilización intensiva de las tecnologías de la información y de la comunicación por parte de las empresas están permitiendo un entorno relacional en el seno de la organización con una gran trascendencia en el ámbito del desarrollo de la ciudadanía y del proceso de socialización.

Las propias relaciones interempresariales han experimentado importantes modificaciones en su concepción. Desde una concepción aniquilativa de la competencia, hemos pasado a una concepción mucho más cooperativa. Hoy más que nunca hay cooperación empresarial, tanto en el ámbito de los sistemas productivos locales como en el ámbito global: agrupaciones de interés económico, partenariados tecnológicos y financieros, *joint venture*.... Muchas de las estrategias empresariales hoy son compartidas y no esencialmente privativas de una empresa en particular. La interrelación de intereses propia de las economías de mercado en la actualidad se ha hecho más compleja que nunca. En concreto, se puede decir que hemos pasado de un deseo y de un enfoque de *adquirir y poseer* a un enfoque de *crear y compartir* (De Anca y Vázquez Vega, 2005, p. 19). Básicamente, se puede decir que hemos pasado de un enfoque esencialmente *patrimonialista* de la gestión, centrado en la gestión de los activos tangibles, a un enfoque mucho más *humanista* y centrado en el talento y en los activos intangibles.

## **Dos posturas contrapuestas**

Existen básicamente dos posturas contrapuestas y extremas en el ámbito de la concepción de la ética empresarial y de la economía de mercado. Una primera postura, la neoliberal y encarnada especialmente por Milton Friedman (Friedman, M., 1962, 1970), o por el propio Friedrich A. Hayek ( Hayek, 1960), y, remontándonos aún más en el tiempo, por los padres del individualismo posesivo Locke y Hume, considera que la empresa no debe ir más allá de los objetivos de maximización de sus beneficios, siempre que se respeten el ordenamiento jurídico y la ética básica de la economía de mercado (el cumplimiento de los contratos). Las empresas serían, en esencia, retomando el espíritu neoclásico, una función de producción, y cualquier alteración intencionada en el objetivo último de maximización del beneficio a favor de una deriva *social*, ética o filantrópica haría incurrir a aquéllas en un claro coste de agencia, produciéndose una inevitable brecha entre los objetivos de la gestión de los directivos, que introducen parámetros sociales espurios e impropios de la función de producción, y los objetivos últimos de la propiedad. Mediante este paradigma, la aportación de la empresa a la sociedad se manifiesta a través a través de la contribución impositiva, más allá no habría ninguna obligación implícita.

En este sentido, la eficiencia económica, es decir la optimización de los recursos que utiliza la empresa para la consecución de sus fines, sería la única responsabilidad de la organización mercantil para con la sociedad. Una empresa socialmente responsable sería aquella que no despilfarra sus recursos a través de una mala gestión o a través de la ineficiencia organizacional. La búsqueda de la eficiencia sería el principal garante de la optimización de los recursos y de la sostenibilidad medioambiental. Por su parte, la libertad de competencia y de mercado serían las garantías de la transparencia del mismo en el ámbito de la información y de la eficiencia económica.

Según Friedman, la ética estaría relacionada más con el establecimiento de un marco de seguridad económica y jurídica, que con la virtud o con la acción positiva. La actividad económica, de forma inducida, genera bienestar y más recursos y empleo para todos. Las empresas, en este sentido, no deben *torturarse* con reflexiones éticas, pues, como ocurría en los inicios de la Economía política, la ética no explicaba de ningún modo el progreso económico, era la mano invisible del mercado la que generaba beneficios para todos. En esta línea encajaría la concepción que asume que la única responsabilidad de la empresa es la de optimizar el valor del accionista dentro del enfoque financiero *principal-agente*. No obstante, en situaciones teóricas como la del mercado perfecto, tal como planteó William Baumol, siempre es necesario un principio ético.

En el pensamiento de Milton Friedman sólo en los casos de monopolio deberíamos hablar de una ética consecuencialista u organizacional. Pero, en términos generales, es decir, en situación de equilibrio de mercado, basado en la libre competencia, la empresa es un instrumento del accionista (Friedman, 1962, p. 175) y el objetivo de los directivos de las grandes corporaciones, en las que hay una separación entre la dirección y la propiedad, no es otro que incrementar el valor para el propietario/accionista. En este sentido, se puede decir que la empresa no es un sujeto moral, y la *ciudadanía corporativa* no es sino un concepto huero derivado de la traslación espuria de comportamientos individuales a comportamientos organizacionales. El hábitat de la empresa es el mercado, e ir más allá del mercado, a través de conceptos como el de responsabilidad social corporativa o empresarial, no supone sino introducir fines en las empresas para los que ésta no fue concebida,

alterando sustancialmente los parámetros de eficiencia asignativa de los recursos empleados, y por consiguiente el bienestar global de la sociedad. La empresa, desde el punto de vista del compromiso social, quedaría abstraída del resto de la sociedad como un elemento aislado. Concepción descontextualizada que revisaría Grant (Grant, 1991, p. 907) a través del análisis pormenorizado de las *falacias de Friedman* en este ámbito conceptual.

La otra postura enfrentada, por el contrario, considera que la empresa es beneficiaria neta del desarrollo social e institucional, y, como consecuencia, debe contribuir a la sostenibilidad del propio marco social e institucional en los ámbitos económico (la eficiencia como un concepto sostenible: asignación óptima de los recursos empleados), social y medioambiental. Las empresas obtienen cuasi-rentas del orden social e institucional. Existe una ciudadanía corporativa y reconoce las relaciones complejas, más allá de mero campo económico, que mantienen las organizaciones empresariales con el conjunto de la sociedad. Al objetivo puramente económico de Friedman, habría que añadir una pluralidad de objetivos, esencialmente objetivos morales (Donaldson, 1982, p. 168).

Esta postura reconoce que el enfoque exclusivamente economicista de la organización es insuficiente (Boatright, 1993, p. 10) y requiere de una implicación ética y social importante. La ética permite una conciliación de razonabilidades entre los intereses de los *stakeholders*. Además, la acción social puede ser vista bajo este prisma, como es el caso de Porter (Porter & Kramer, 2002) como una oportunidad de diferenciación y como una auténtica ventaja competitiva.

Entre ambas posturas ideológicas y conceptuales podemos encontrar un auténtico claroscuro por el que se van modulando ambos extremos en sus pretensiones de universalidad.

La aparición del concepto de responsabilidad corporativa implica que el ordenamiento jurídico no es suficiente para encontrar el equilibrio entre la empresa y la sociedad. La responsabilidad corporativa reconoce la no identificación de la ética/moral con el derecho, como se podría percibir desde la concepción iusnaturalista. Los fallos del mercado, las externalidades, etcétera, son razones suficientes como para introducir el concepto de responsabilidad, y, en general, de ética, en el ámbito de la conducta de las empresas. Esto incluye, necesariamente, introducir en un debate mucho más amplio, al conjunto de stakeholders, es decir, de los grupos de interés que interactúan con la organización empresarial.

La ética del trabajo, en el ámbito de la economía y del mercado, comporta una mejora neta de la eficiencia (Congleton, 1991). En concreto, siguiendo la hipótesis de Buchanan, la ética del trabajo permite contrarrestar la suboptimalidad resultante de la elección individual entre trabajo y ocio (Buchanan, 1991, 1994) y tiene efectos positivos en la división del trabajo. Para Buchanan la ética (puritana) es esencial para el desarrollo económico, algo que explicaría Max Weber en su célebre libro *La ética protestante y el espíritu del capitalismo*, en el que relacionaba la génesis del espíritu del capitalismo con la moral puritana. No obstante, estos efectos, para algunos autores, se han diluido sustancialmente con el proceso de globalización (Ng & Ng, 2003, p. 349). El incremento de la división del trabajo que ha supuesto la globalización, especialmente con el desarrollo del transporte, ha permitido compensar la pérdida de la cultura del

trabajo. Para Buchanan trabajar duro y ahorrar mucho (valores éticos que defiende: trabajo y ahorro frente a ocio y consumo) permiten la ampliación del mercado, y, por tanto, la división del trabajo y la productividad. Las personas con un comportamiento ético, en el sentido de Buchanan, trabajan más y mejor, por lo que permite una mayor especialización, la especialización permite un mayor crecimiento económico y una mayor productividad, una mayor disponibilidad de bienes y servicios, y ésta contribuye de forma inequívoca al incremento del bienestar de las personas.

## ÉTICA EMPRESARIAL Y COSTES DE TRANSACCIÓN

### La teoría de los costes de transacción

Cuando hablamos de *costes de transacción* nos estamos refiriendo a los costes implícitos en todo intercambio económico, es decir, los costes implícitos a la estructura de los mercados de bienes y factores. Por consiguiente, se puede afirmar que los costes de transacción son inherentes a la economía de intercambios. Es decir, en las *robinsonadas* económicas, o, dicho de otro modo, en los escenarios *premercantiles* no hay cabida para los costes de transacción (Cheung, 1992). Estos costes incluyen esencialmente los relacionados con la búsqueda de información para la toma de decisiones, con la supervisión de la transacción económica, etcétera. Los costes de transacción pueden ser originados *ex ante* (búsqueda de información, redacción y negociación de los acuerdos), pero también pueden ser originados *ex post*, es decir, con posterioridad a la propia transacción (aseguramiento del contrato). La teoría de los costes de transacción (TCT), básicamente, viene a explicar por qué hay empresas y no mercado; o a resolver la dicotomía entre producir/fabricar o comprar (*to make or to buy*).

El enfoque tradicional de la empresa, o enfoque neoclásico de la organización económica, descansa en la conceptualización según la cual los mercados, específicamente el de la demanda final de bienes y servicios, son el *espacio* idóneo para la realización de la actividad económica. En concreto, la teoría neoclásica concebía a la empresa como una unidad axiomática, como una auténtica *caja negra* (*black box*) sobre la que no se concebía ninguna actividad analítica desde el punto de vista teórico. La empresa venía a desempeñar en el sistema económico la función de producción, es decir, la conversión de los insumos generales y específicos (*inputs*) en productos (*outputs*) y sus limitaciones venían establecidas por la tecnología existente. La empresa, en el pensamiento neoclásico, era concebida como una estructura técnica, una estructura de producción.

En concreto, para la teoría clásica el contrato en el ámbito del mercado se correspondía con un acuerdo transparente en el que los límites son precisos de acuerdo con la *hybris* racionalista del *homo oeconomicus*. El mercado, para la teoría económica clásica, resulta ser el marco ideal para el intercambio de los activos genéricos<sup>3</sup>. En el contrato convencional clásico los costes de transacción son claramente marginales e ínfimos.

En el ámbito de la TCT, Ronald H. Coase (1937), un economista neoliberal radical, fue el primero que llegó a enfocar la organización empresarial como un

---

<sup>3</sup> Activos no específicos.

subsistema, como una estructura de gobierno, basada en la jerarquía y en las relaciones relativas de poder. La empresa es una unidad epistemológica básica, pero también es una unidad descomponible en elementos menores que muestran y ponen de manifiesto una estructura y una jerarquía de poder, la irracionalidad económica de los agentes económicos y su oportunismo.

En concreto, Coase se preguntó por la existencia y la naturaleza de la empresa. Es decir, por qué hay empresa y no mercado. Y, además, por qué unas empresas tienen un mayor grado de especialización o de integración que otras. La información imperfecta en los mercados de bienes y factores implica costes de transacción que a veces originan la necesidad específica del marco institucional de la empresa. Se podría decir, en este sentido, que el desarrollo institucional permitiría reducir sustancialmente los costes transaccionales. Además, el comportamiento estratégico que se deriva de la organización institucional/empresarial permitiría la obtención sistemática de beneficios extraordinarios a raíz de la imperfección de los mercados y de la asimetría de la información entre los agentes económicos. Básicamente, la teoría de los costes de transacción describe la diferencia de costes entre formas alternativas de dirección económica: dirección basada en la jerarquía (empresa), dirección basada en el intercambio (mercado), y dirección mixta, es decir, dirección que utiliza elementos de mercado y elementos de *poder*.

Las grandes aportaciones teóricas a la TCT corresponden a Williamson (1985), que viene a retomar el concepto que introdujo Ronald H. Coase (1937). La teoría de los costes de transacción vendría a ser una respuesta *ontológicamente*<sup>4</sup> explicativa a la debilidad de la teoría microeconómica de los mercados. La teoría sería desarrollada por numerosos economistas de prestigio como Rosen, Williamson, Joskow, Hart, Demsetz, Winter, etcétera. Los más importantes participaron en 1987 en la conferencia conmemorativa de los 50 años de la publicación del clásico artículo de Ronald Coase que lleva por título: *The Nature of the Firm*.

Tanto Coase como su discípulo Douglas North (North, 1981) entendían esencialmente como costes de transacción la búsqueda de partenariados, la búsqueda de información oportuna y relevante para el intercambio económico, el aseguramiento y el control de las transacciones, etcétera. Los elementos perturbadores que implicaban el desarrollo institucional de la empresa frente al mercado no son otros que el oportunismo, la complejidad de los bienes o factores que son objeto de la transacción económica, la información asimétrica y la racionalidad limitada de los agentes económicos, la incertidumbre y la inseguridad (paramétrica, derivada de la situación de mercado, o conductual, derivada de la posibilidad de un comportamiento oportunista en el socio de la transacción, Williamson, 1985, pág. 57 y ss.), la especificidad de activos, la frecuencia de las transacciones, el conocimiento de expertos externos...

Se puede decir, por tanto, que los elementos perturbadores pueden ser tanto de origen humano, es decir, derivados de la racionalidad limitada, como de carácter contextual, como puede ser el caso de la especificidad de los activos. En concreto, para Coase, el coste de la información es el elemento fundamental que nos permite entender el marco de racionalidad limitada en el que se desarrolla la TCT y por el que surge la necesidad de las estructuras jerárquicas, es decir, la empresa. Para Coase, la característica

---

<sup>4</sup> En la medida en que da cuenta de la existencia de las empresas.

más relevante de la empresa reside en su actitud sustitutiva del mecanismo de los precios. En concreto, Ronald H. Coase toma de Commons (1931) el concepto de *transacción*, entendida como una alteración de los derechos de propiedad (enfoque institucional) más que como un intercambio convencional de bienes económicos.

En el ámbito de la TCT, por tanto, la asignación de los recursos tendrá esencialmente dos fuentes: por un lado, el marco clásico del mercado, regulado a través de los propios mecanismos de los precios y la *mano providencial* smithiana; y, por el otro, el marco institucional de la empresa, a través de la decisión jerárquica y unilateral del empresario en un entorno de poder y dependencia. La empresa, concebida institucionalmente, como el propio concepto de transacción, existe porque la información es imperfecta, porque el mercado tiene fallos desde el punto de vista asignativo. Pero también el mercado es la respuesta a los costes de escala de las empresas. El crecimiento de la propia dimensión de las empresas genera ineficiencias de carácter organizativo que inequívocamente producen costes que pueden compensar a los propios costes de transacción del mercado inherentes a la referencia de los precios.

A través de la internalización de transacciones dentro de la empresa, ésta pretende unificar los contratos y simplificar sustancialmente la toma de decisiones. Por tanto, y en orden a este nuevo marco de racionalidad económica limitada, habrá empresa cuando los costes de transacción en el ámbito jerárquico sean inferiores a los costes de transacción del mercado, y habrá mercado en la situación contraria, es decir, cuando los costes de transacción del mercado sean inferiores a los costes de transacción en el seno de la organización empresarial. En la TCT, como en la teoría de la agencia, la empresa es concebida como un conjunto de contratos.

### **Ética y costes de transacción**

Como hemos advertido previamente, la TCT desentrañó el contenido de la empresa, aquella *caja negra*, o mera función de producción, que consideraron los economistas neoclásicos y que resultaba irrelevante, desde el punto de vista interno, para explicar la lógica de los intercambios económicos y del mercado. No obstante, los problemas derivados de la asimetría de la información y de la información imperfecta se han trasladado al seno de la empresa, especialmente en las grandes corporaciones, generando problemas de calado ético como, por ejemplo, los costes de agencia, o lo que es lo mismo, los costes derivados del desfase entre los intereses de la dirección de la empresa, por un lado, y, por el otro, los intereses de la propiedad (los accionistas).

La ética, en el seno de las organizaciones empresariales, y desde el punto de vista apriorístico, implica una importante reducción de los costes de transacción, y en consecuencia una mejora de la eficiencia económica en general. Y si esto es así, siguiendo el razonamiento de la TCT, la ética permitiría una justificación contemporánea de la empresa en las sociedades actuales. Se puede decir, por tanto, que la ética no es inocua a los procesos que ocurren en el seno de las organizaciones. El desempeño de la actividad empresarial en un *entorno ético*, o, por el contrario, en un *entorno eminentemente utilitarista*, tiene efectos económicos muy distintos en base a las nuevas relaciones de la empresa con la sociedad y en base a los nuevos diálogos entre la empresa y sus grupos de interés: clientes, accionistas, empleados, proveedores y sociedad en su conjunto.

Dado un aceptable nivel institucional, un avanzado compromiso ético en la empresa no necesariamente comporta un retroceso en los objetivos económicos a corto, medio o largo plazo. El compromiso ético es uno de los principales activos intangibles de la empresa, que contribuye de forma inequívoca a un mayor y mejor desarrollo institucional en el ámbito del desempeño económico. Y precisamente es el desarrollo institucional de la empresa el que contribuye, según los principios más elementales de la TCT, a seguir reduciendo los costes de transacción e ir mejorando la eficiencia económica. Un entorno ético para la empresa permite una mayor institucionalización, y ésta, una posible reducción de los costes de transacción.

Precisamente, es el propio déficit institucional el que introduce la posibilidad de beneficios extraordinarios o estratégicos (cuasi-rentas) basados en un comportamiento empresarial éticamente reprochable. La ética permite fortalecer la racionalidad económica en la medida en que introduce transparencia, reduce la asimetría de la información, reduce los costes de la búsqueda de información (transparencia institucional), reduce los costes de aseguramiento de los contratos, simplifica las relaciones contractuales, y genera confianza institucional. Igualmente, permite una mejor posición negociadora para la empresa basada en la confianza mutua. La ética, a través de la generación de la confianza, puede llegar a ser un importantísimo elemento complementario de la racionalidad limitada (Rosanas, 2004), de los fallos del mercado y de los contratos incompletos. En definitiva, la ética en el ámbito empresarial y contractual-mercantil permite reducir los costes de transacción en todos los niveles.

De hecho, el compromiso ético en la empresa comporta una mayor transparencia, una menor necesidad formalista en el ámbito contractual, con las ventajas que implica en el ámbito de los costes de transacción. Cuanto mayor transparencia, menores costes de transacción. El desempeño económico y empresarial en un entorno ético permite reducir la asimetría de la información y las externalidades: minimizan las negativas, a través de la implantación activa del concepto de sostenibilidad, y compensan las positivas de tal modo que el conjunto de la sociedad y del tejido productivo obtengan un neto beneficio. Además, la implantación de un sistema ético permite mejorar el entramado jurídico, reduciendo la profusión de normas y la complejidad contractual.

Hasta la fecha no existen estudios concluyentes acerca de los beneficios de la ética y de la RSC en el ámbito de la empresa (Margolis & Walsh, 2003). Pero, desde el punto de vista teórico, resulta inequívoca la relevancia que tiene la ética para la mejora de la eficiencia empresarial y del mercado a través de la reducción de los costes de transacción y de la profundización en el proceso de institucionalización.

## BIBLIOGRAFÍA

- Boatright, J. R.: 1993, *Ethics and the Conduct of Business* (Prentice Hall, Englewood Cliffs).
- Buchanan, J. M.: 1991, *Economic Interdependence and the Work Ethic. The Economics and the Ethics of Constitutional Order* (University of Michigan Press, Ann Arbor), 159–178.
- Buchanan, J. M.: 1994, *Ethics and Economic Progress*, Norman, (University of Oklahoma Press).
- Chandler, A. D.: 1977, *The Visible Hand. The Managerial Revolution in American Business* (Harvard University Press, Cambridge) (traducción al castellano de 1987: *La mano visible. La revolución en la dirección de la empresa norteamericana* (Ministerio de Trabajo y Seguridad Social, Madrid).
- Cheung, S.N.S.: 1992, “On the New Institutional Economics”, in L. Werin & H. Wijkander (eds.): *Contract Economics* (Basil Blackwell), 48-65.
- Chen, A. Y. S., Sawers, R. B. and Williams, P. F.: 1997, “Reinforcing Ethical Decision Making Through Corporate Culture”, *Journal of Business Ethics*, 16, 855-865.
- Coase, R.H.: 1937, *The nature of the firm*, *Economica*, vol. 4, 386-405.
- Commons, J. R.: 1931, “Institutional Economics”, *American Economic Review* 21, 648-657.
- Congleton, R.: 1991, “The Economic Role of a Work Ethic”, *Journal of Economic and Organization*, 15, 365-385.
- De Anca, C. y Vázquez Vega, A.: 2005, *La gestión de la diversidad en la organización global. Hacia un nuevo valor en la empresa* (Prentice Hall, Madrid).
- De George, R. T.: 1995, *Business Ethics* (Englewood Cliffs NJ).
- De la Cuesta, M. y Valor, C.: 2003, “Responsabilidad social de la empresa. Concepto, medición y desarrollo en España”, *Boletín ICE*, nº 2755, 20-26 enero, Madrid.
- Donaldson, T.: 1982, *Corporations and Morality* (Prentice Hall, Englewood Cliffs).
- Friedman, M.: 1962, *Capitalism and Freedom* (University of Chicago Press. Chicago) (traducción al castellano de 1966: *Capitalismo y libertad*, (Rialp, Madrid)).
- Galbraith, J. K.: 1967, *The New Industrial State* (Houghton Mifflin, Boston).
- Grant, C.: 1991, “Friedman Fallacies”, *Journal of Business Ethics*, 10, 907-914.

Hayek, F. A.: 1960, "The Corporation in a Democratic Society: in Whose Interest Ought it and Will it Be Run?", in ANSHEN, M. & BACH, G. L.: *Management and Corporation 1985* (McGraw-Hill, New York), 99-117.

Lozano, J. M.: 1999, *Ética y empresa*, (Trotta, Madrid).

Margolis, J. D. & Walsh, J. P.: 2003, "Misery Loves Companies: Rethinking Social Initiatives by Business", *Administrative Science Quarterly*, 48.

Ng, Y.-K. and Ng, S.: 2003, "Do the Economies of Specialization Justify the Work Ethics? An examination of Buchanan's hypothesis", *Journal of Economic Behavior & Organization*, 50, 339-353.

North, D. C.: 1981 *Structure and Change in Economic History* (W. W. Norton & Co Inc, London, New York).

Porter, M. E. & Kramer, R.: 2002, *The competitive advantage of corporate philanthropy* (Harvard Business School Publishing Corporation, Boston).

Ramos Hidalgo, E.: 2001, *La ética del marketing: importancia de la ética y responsabilidad social para la efectividad organizacional* (Caja San Fernando, Sevilla).

Rosanas, J. M.: 2004, "Bounded Rationality, Value Systems and Time-Inconsistency of Preferences as Rational Foundations for the Concept of Trust", IESE, *Working Paper*, nº 567.

Williamson, O. E.: 1985, *The Economic Institutions of Capitalism: Firms, Markets, Relational Contracting* (Macmillan, London).

Zadek, S.: 2000, *The Civil Corporation. The New Economy of Corporate Citizenship* (Earthscan, London).