

UNIVERSIDAD DE ALCALA DE HENARES
FACULTAD DE CIENCIAS ECONOMICAS Y EMPRESARIALES

INSTITUTO DE DIRECCION Y ORGANIZACION DE EMPRESAS

CATEDRA DE POLITICA ECONOMICA DE LA EMPRESA

PROF. DR. SANTIAGO GARCIA ECHEVARRIA

Working Papers: n° 66

Título: La Empresa y el Mercado
Responsabilidad social
en una Economía Social
de Mercado

Autor: H. Albach

Fecha: Febrero 1982



Doc.

1-A 82 66





Universidad de Alcalá de Henares
Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales
Cátedra de Política Económica de la Empresa
Alcalá de Henares - Madrid

Working Papers: n° 66

Título: La Empresa y el Mercado
Responsabilidad social
en una Economía Social
de Mercado

Autor: H. Albach

Fecha: Febrero 1982

Secretaría de Redacción:

Srta. María Luisa Blasco

Srta. Lucía Juárez

© Dr. Santiago García Echevarría

Se prohíbe la reproducción total o parcial por cualquier método del contenido de este trabajo sin previa autorización escrita.

Se trata de trabajos de investigación internos de la Cátedra

LA EMPRESA Y EL MERCADO

RESPONSABILIDAD SOCIAL EN UNA ECONOMIA SOCIAL DE MERCADO ¹

A. Introducción

Las sociedades modernas crean instituciones para salvaguardar los derechos humanos y perseguir objetivos sociales. Las instituciones regulan y coordinan la conducta humana y, con ello, la hacen predecible. En esta ponencia estableceré la proposición de que la libre empresa y el mercado son instituciones materialmente interdependientes de nuestras sociedades democráticas libres, que regulan y coordinan la conducta individual orientándola al derecho humano de la libertad económica y a los objetivos sociales de crecimiento y bienestar social.

Efectuaré el análisis en tres etapas. Primero, me basaré en la experiencia histórica del desarrollo industrial europeo para demostrar que la Sociedad, en un proceso de "trial and error", creó la empresa y el mercado como instituciones gemelas para perseguir el objetivo de acumular riqueza material. Después consideraré desde un ángulo nacional los problemas que las

¹Ponencia presentada en la conferencia de Atalaya/82, Guadalajara, México, el 15 de Enero de 1982

empresas y los mercados afrontan actualmente. Aquí concentraré mi interés en el fallo institucional. El problema de los riesgos morales y la cuestión de la responsabilidad social, se considerarán como prueba de fallo institucional. En la parte final de la ponencia consideraré, desde un punto de vista internacional, las instituciones de la libre empresa y el mercado. Parece apropiado hacer algunos comentarios sobre la empresa multinacional y los mercados internacionales, a la vista de la controversia crítica que se ha entablado en los últimos años acerca de estas instituciones y de su importancia para el crecimiento y desarrollo subsiguientes de toda la Sociedad.

B. Empresas y mercados - Perspectiva histórica

I. Las empresas y los mercados en la Edad Media

Las instituciones modernas europeas tienen sus raíces en la Edad Media y en las tradiciones jurídicas que se remontan aún más lejos. La humanidad comprendió muy pronto que es posible acrecentar la riqueza mediante la división del trabajo y llevando los productos de los lugares en donde abundan a aquellos en los que escasean, siempre y cuando se establezca una institución que garantice una coordinación adecuada y rentable de la oferta y la demanda. El mercado es una institución de este tipo. Las reglamentaciones del mercado en la Edad Media procuraron asegurar que el mercado funcionara de manera adecuada y eficiente. El precio de mercado que equilibra la oferta y la demanda es un "precio justo". Dicho con más claridad: el buen funcionamiento de la institu-

Planteamiento

Nacimiento
de la Insti-
tución moderna

ción social "mercado" liberaba al comerciante cristiano de sus preocupaciones acerca de si el precio que había obtenido por su mercancía era justo a los ojos del Señor o no. El proceso de mercado amoral (que no inmoral) le liberaba de tener que tomar una decisión moral al fijar su precio.

Dos tradiciones
Dos tipos de
empresas

En aquellos tiempos, el llevar los productos de un lugar a otro era un negocio arriesgado. Los comerciantes comprendieron que, al compartir los riesgos, podían beneficiarse mutuamente. Huelga decir que esto requería reglas de conducta estrictas por si se producía una calamidad. La institución que garantizó esa conducta fue la empresa. La empresa, como institución, puede estar basada en la confianza o en la desconfianza. La tradición jurídica teutona se basa en la confianza. La cooperativa es el tipo de empresa que se deriva de este concepto. Por otra parte, la tradición jurídica romana se basa en la desconfianza entre los socios de la empresa. Por ende, reglamentan sus derechos y sus obligaciones sobre una base contractual. La compañía es el tipo de empresa que está basada en esta tradición.

II. Las empresas y los mercados en la Edad Industrial

En el siglo XIX, los progresos en las ciencias naturales y en la ingeniería hicieron posible beneficiarse de la división del trabajo en mayor medida que durante la Edad Media. La especialización del trabajo y la producción en masa fueron fuentes de mayor eficiencia y riqueza para la Sociedad. Sin

Creación de la
compañía
integrada

embargo, esto requirió también instituciones más eficientes. El mercado demostró ser menos eficiente como instrumento para la coordinación de la demanda de un flujo constante de insumos, de factores, en el proceso de producción en masa de la empresa industrial, que la oferta dentro de la empresa. La integración retrospectiva fue la solución del problema de coordinar la oferta y la demanda para la producción en masa. Se creó la compañía integrada como una institución eficiente para ese fin.

Propiedad
privada y
autoridad

Además, las empresas medievales, y a estos efectos las empresas estatales de la era mercantilista, demostraron ser inadecuadas para resolver los problemas de la edad industrial. La planta y el equipo tuvieron un papel más importante, y los requerimientos de mano de obra superaron a las empresas de aquella época. Esto hizo necesaria una nueva estructura institucional para la empresa. El libre acceso a los medios de producción, la propiedad privada de estos medios y la vinculación de la autoridad que toma las decisiones en la empresa con la propiedad de los medios de producción, fueron los nuevos elementos institucionales que conformaron a la compañía moderna.

La financiación para adquirir plantas y equipos y pagar los salarios de una gran cantidad de fuerza de trabajo, antes de vender el resultado del largo proceso de producción, requería grandes cantidades de capital riesgo. La financiación interna era inadecuada. Finalmente la coordinación de la oferta y la demanda de capital pudo lograrse gracias a un nuevo mercado: la Bolsa de Valores. Debe resaltarse

Mercados
bursátiles

que en nuestra época de anorro masivo adverso al riesgo, los mercados de capitales se han mostrado menos eficientes en la coordinación de la oferta y la demanda de capital riesgo que la empresa: los bancos facilitan financiación para la inversión de manera más eficiente que los mercados bursátiles.

Estructura
institucional

La mayor parte de la historia industrial del siglo XIX puede interpretarse como un proceso de búsqueda de la Sociedad para encontrar la adecuada estructura institucional para la compañía industrial moderna y para mercados eficientes, especialmente por lo que se refiere al mercado de capitales y al mercado de trabajo. Este proceso de búsqueda tuvo un inmenso éxito. Aunque el coste para los individuos y para la Sociedad (malas condiciones de trabajo y un elevado índice de quiebras) fue considerable, la riqueza material de la Sociedad aumentó notablemente y más allá de todas las expectativas.

Salvaguardar
el mercado

Huelga decir que el elevado coste que se tuvo que pagar en quiebras y malas condiciones de trabajo indicaba que la empresa necesitaba una mejoría institucional. La monopolización de los mercados demostró que la institución mercado necesitaba salvaguardias contra el abuso de la libertad de mercado para limitar la competencia. La primera parte del siglo XX es la historia de esfuerzos redoblados para corregir estos fallos institucionales.

Legislación
antimonopolios

Los mercados sirven a los objetivos sociales de libertad de la actividad económica y mejora del bienestar de la Sociedad sólo si esos mercados son competitivos. No obstante, si las empresas eliminan la competencia entre ellas mediante un convenio contractual, el mercado pierde su justificación como institución social. Lo mismo ocurre, por supuesto, cuando la competencia se elimina con el tiempo, como consecuencia de haber llevado a la quiebra a los competidores, o bien a una fusión a través de una competencia despiadada. En Europa fue necesario mucho tiempo antes de que la Sociedad comprendiera que salvaguardar la competencia de los esfuerzos que para limitarla nacían las empresas, era más importante que garantizar la libertad contractual en cualquier circunstancia. Actualmente, las leyes antimonopolio defienden al mercado competitivo como institución social contra el abuso de la libertad por parte de las empresas. Pero superando la eficiencia de las grandes empresas frente a la eficiencia de un mercado con empresas pequeñas e incluso con menor eficiencia temporalmente, existe una tarea permanente y difícil para una política gubernamental antitrust.

Las ineficiencias del mercado de trabajo crearon un segundo problema a la empresa. La mayoría de los observadores que plantean el fracaso de los mercados de trabajo señalan la "caída de racionalidad". Una caída de las tasas de crecimiento salarial llevaría a una mayor oferta de mano de obra y, por último, llevaría a la miseria entre las clases trabajadoras. A los efectos de hacerse con este fallo del mercado, los sindicatos se establecieron como instituciones.

Mercado de
trabajo

En realidad, las asociaciones colectivas y los sindicatos no solamente han provisto, con éxito para evitar la caída de la racionalidad, la oferta inversa de la mano de obra, sino que ha sido también altamente instrumental el empujar a las empresas destacables hacia maximación de beneficio con elevación de productividad. Una actuación responsable de los sindicatos corresponde, por lo tanto, a las instituciones integrales de una Economía Social de Mercado. Sin embargo, éste es un segundo aspecto de la imperfección de mercado de mano de obra que no puede ser solapado. Las malas condiciones de trabajo indicaban que las imperfecciones del mercado obligaban al empleado a aceptar las condiciones del contrato laboral que el patrón decretaba. La solución que se encontró en el proceso de búsqueda no consistió en mejorar la eficiencia del mercado de trabajo, sino en un cambio institucional en el seno de la empresa. Se creó la Comisión de Operarios como entidad organizacional dentro de la empresa, y sin su aprobación ninguna decisión de la gerencia en materia de contratación o despido de empleados tiene efecto, y para efectuar cambios en las condiciones de trabajo se requiere también la aprobación de la Comisión de Operarios. Actualmente, la condeterminación de la Comisión de Operarios y la representación obrera en el Consejo de Administración se consideran mejoras necesarias en la institución social de la empresa para compensar el fallo institucional inevitable del mercado de trabajo.

La propiedad de los medios de producción da el derecho al propietario a ejercer un control sobre la empresa. La propiedad privada de los medios de producción nunca ha sido vista, y ésta es la verdad,

Nacimiento del
manager
profesional

como un derecho natural del hombre. La propiedad de la empresa es, más bien, un legado de la Sociedad a los individuos. La propiedad de la empresa se justifica en base a la autoridad descentralizada para decidir sobre la producción, y lleva a una eficiencia mayor de la asignación de los recursos escasos. Los derechos de propiedad en este contexto constituyen una responsabilidad para actuar de forma eficiente para algunas personas, y una restricción en otras para no actuar violando la propiedad de los propietarios. Más bien, la propiedad privada de los medios de producción es un gestor de los intereses de las futuras generaciones, puesto que el capitalista, al invertir su capital en fábricas y equipos, crea oportunidades de puestos de trabajo para las futuras generaciones. La propiedad privada es, por lo tanto, otra institución de la propiedad que regula los comportamientos hacia el bien común. El Estado se retiró de la interferencia, control del Estado, que fue a su vez reemplazado por el control ejercido por los Consejos de Dirección de Administración, y la publicación y auditoría de los informes financieros reforzaron los comportamientos responsables de los directivos. Si el propietario resulta incompetente para controlar eficientemente la empresa y sus recursos, ésta no funcionará debidamente con relación a los objetivos sociales que la Sociedad intenta alcanzar a través de la empresa. Naturalmente, los mercados eficientes eliminan rápidamente a las empresas incompetentes. Sin embargo, la quiebra podría evitarse si la Sociedad aceptaba que el propietario se retirase antes del control de la empresa sin obligarlo a abandonar también la propiedad de los medios de producción. Por lo tanto, la separación de la propiedad y el control de

la empresa fue un gran cambio institucional en la compañía moderna. Llevó la creación de una nueva clase social, el manager profesional.

Control de las
ineficiencias

Por tanto, esto ha llevado a un instrumento para eliminar el management ineficiente en las grandes corporaciones que no son ya eficientes y que debían ser eliminadas por el mercado, dado que la sociedad actual no acepta la bancarrota de las grandes empresas por su secuela temporal de desempleo. En su lugar, el control estatal es requerido frecuentemente. La experiencia demuestra que esta conducta lleva a grandes ineficiencias. Debe señalarse que en nuestra época actual el ahorro masivo adverso al riesgo, por parte de las economías domésticas, ha llevado a que los mercados de capitales sean menos eficientes en la coordinación de la oferta y demanda de capital riesgo que las propias empresas. Los bancos proveen de financiación para la inversión de forma más eficiente que los mercados de capitales.

En resumen:

Lo que la perspectiva histórica nos enseña puede resumirse en los siguientes puntos:

Empresa y
mercado

1. La empresa y el mercado son dos instituciones mutuamente interdependientes que derivan de la necesidad de eficiencia en el uso de los recursos escasos y de su capacidad para garantizar la libertad económica (por ejemplo, libre acceso a los mercados, libertad de elección de la vocación profesional, libertad de los consumidores, etc.) y la mejora del bienestar social.

Propiedad
privada y
libertad
contractual

2. La propiedad privada de los medios de producción y la libertad para celebrar contratos son, ambas, condiciones necesarias para el buen funcionamiento empresarial y de los mercados.

El "know-how" o "software" constituye un factor de producción importante.

"Know-how"

Es interesante señalar aquí de que el mercado será, y tenderá a ser, ineficiente como medio para coordinar su demanda y oferta de la eficiencia en "know-how". En el siglo XIX las leyes de patentes, han sido aceptadas por diversos países para establecer un mercado para los derechos de patentes y ha habido serios intentos para continuar este mercado haciéndolo más eficiente. Sin embargo, la empresa ha demostrado ser la institución más eficiente para la creación y asignación de "know-how".

Propiedad
privada y
control

3. La propiedad privada y el control de los medios de producción pueden separarse sin graves inconvenientes para el funcionamiento de la empresa. En el caso de empresas grandes, esto parece ser un requisito previo para que su eficiencia mejore.

Sindicatos

4. Los sindicatos y las negociaciones salariales son instituciones necesarias que compensan la ineficiencia del mercado de trabajo y la asignación de la mano de obra a las empresas.

Cogestión

5. La cogestión es una manera de corregir otras imperfecciones en el mercado de trabajo. Limita efectivamente la libertad de la empresa como entidad jurídica para celebrar contratos, más específicamente: contratos laborales.

Libre empresa
y mercados
competitivos

6. La libre empresa y los mercados competitivos son dos lados de una misma moneda. La empresa pierde su justificación social si trata de limitar o eliminar la competencia. Por tanto, la defensa de la institución del mercado competitivo es favorable a la libre empresa.

C. Empresas y Mercados - El punto de vista nacional

I. Eficiencia y productividad

Alemania:
cambio de
estrategia

Los años que siguieron a la Segunda Guerra Mundial aportaron una nueva experiencia en Alemania. En el siglo XIX, la industria alemana se desarrolló fundamentalmente en base al mineral de hierro y de carbón de la región. Sin embargo, los alemanes reconocieron que en esos momentos carecían de todas las materias primas y de la energía barata necesarias para proseguir su desarrollo industrial. La búsqueda del objetivo social de un crecimiento continuo requería importantes cambios en la estructura institucional. La intensificación del comercio internacional y un uso más eficiente del capital humano por las empresas alemanas parecieron ofrecer una solución a este problema. El comercio internacional libre era

necesario para tener acceso a las materias primas y a la energía que podían conseguirse más baratas en el exterior que en las fuentes internas. El uso eficiente del capital humano fue un requisito previo para el desarrollo de nuevos productos innovadores con los cuales los alemanes podrían competir en los mercados internacionales, así como para el desarrollo de nuevos y mejores procesos tecnológicos con los que los productos se podían obtener más económicamente.

Ludwig Erhard

El Profesor Ludwig Erhard, como ministro de Economía, tomó una decisión de dimensiones históricas cuando eliminó las disposiciones reglamentarias en la industria alemana, después de la guerra y creó la estructura institucional que tan eficazmente contribuyó a reconstruir Alemania y a crear la riqueza sin precedentes de la que actualmente disfrutaban los alemanes. Esta estructura consistió en la libre empresa, por una parte, y en el Mercado Común Europeo por otra.

Tarea empresarial
al término de la
II Guerra Mundial

La tarea de la empresa fue diferente de la que tenía en el siglo XIX. En el siglo XIX, el objetivo de aumentar la riqueza fue perseguido mediante la producción en masa que permitió vender productos homogéneos a precios cada vez menores. Esto requería una eficiente coordinación de la distribución y de la producción en masa. Esta fue una labor que las empresas aprendieron a realizar forjando al "nombre de la organización", el gerente de nivel medio. La tarea a la que las empresas se enfrentaron cuando terminó la Guerra fue la de crear nuevos productos tecnológicamente muy elaborados, así como productos de consumo de

marcas muy diferenciadas para satisfacer las diferentes necesidades de una clientela a su vez sumamente diferenciada .

Empresa
inventora

De la búsqueda de instituciones adecuadas surgieron dos nuevos tipos de empresas: la empresa inventora y la empresa innovadora. La primera organiza un proceso de búsqueda de nuevos productos y nuevas técnicas de producción eficientes y produce un flujo constante de resultados de la investigación para nuevos y mejores productos. Las empresas coordinan eficientemente las capacidades inventivas de los científicos de las ciencias naturales con las necesidades variables de los clientes para lograr nuevas y mejores soluciones a sus problemas. Esta labor de coordinación es realizada con más eficiencia dentro de las empresas que a través de los mercados. Pero, por supuesto, esto no tiene por que ser forzosamente así en todas las instancias. En los Estados Unidos el mercado fue el que resolvió la labor de coordinar la investigación y la distribución. Las empresas de ingeniería y las que se basan en el desarrollo y la investigación producen servicios de desarrollo e investigación y los venden en los mercados a empresas que los usan en sus procesos de producción.

Empresa
innovadora

La empresa innovadora reacciona a la presión del mercado y adopta nuevos inventos de otras empresas a los diferentes gustos de los consumidores en el mercado. Esto requiere un minucioso análisis de mercado y una gran flexibilidad en la adaptación de los productos. Otra característica de la empresa innova-

dora es su gran rapidez para crear productos individualizados que satisfacen las especificaciones de los consumidores.

Es innecesario decir que la empresa inventora es, característicamente, de gran envergadura, mientras que la empresa innovadora es pequeña o de mediano tamaño. Una buena mezcla de empresas inventoras e innovadoras en una economía favorece el crecimiento. En Alemania se ha implantado una política económica para establecer una estructura institucional que estimule el desarrollo de empresas inventoras e innovadoras.

Empresas inventoras e innovadoras y crecimiento

El éxito de estas empresas depende, naturalmente, de la eficiencia de la segunda institución en la combinación institucional: el mercado. El mercado tiene que realizar dos tareas: crear suficientes oportunidades para nuevos productos y crear suficiente presión sobre las empresas para que busquen esas oportunidades. La creación del Mercado Común Europeo tuvo por objeto aumentar las oportunidades para la industria en un mercado interior más amplio y, al mismo tiempo, aumentar la presión competitiva de un mayor número de empresas. La nueva institución del Mercado Común tuvo, a su vez, importantes repercusiones sobre las empresas. Su estructura directiva tuvo que cambiar considerablemente como consecuencia de las nuevas exigencias para coordinar la oferta y la demanda en un mercado europeo más amplio.

Creación del Mercado Común Europeo



La combinación que se creó después de la Segunda Guerra Mundial de las instituciones Mercado Común y libre empresa, en una mezcla de empresas grandes, medianas y pequeñas demostró ser altamente eficiente. La Riqueza Nacional aumentó notablemente. La autonomía que en materia de negociación salarial tuvieron los sindicatos y las asociaciones patronales, determinó una distribución de esta Riqueza entre las masas a través del aumento constante de los salarios. Un perfeccionado sistema de Seguridad Social y de bienestar social podía ser financiado con el aumento de la Riqueza Nacional sin pérdidas considerables en la tasa de crecimiento de las rentas disponibles por los trabajadores individuales. El riesgo financiero de quedarse sin trabajo disminuyó constantemente, y el riesgo financiero de caer enfermo es hoy insignificante. Hasta ahora hemos visto los aspectos positivos. Ahora bien, las instituciones pueden provocar efectos indeseados, en particular, la modificación del comportamiento que denominamos moral.

mercado Común
uropeo y
libre empresa

II. Responsabilidad social y riesgo moral

1. Cambios en la conducta de los trabajadores, clientes y empresa;

La ampliación del sistema de bienestar social se estableció partiendo de la hipótesis de que el desempleo y la enfermedad son sucesos fortuitos, independientes de la conducta de las personas afectadas por ellos. Sin embargo, la estructura institucional no podía garantizar que esta hipótesis siguiera siendo válida. De hecho, la mejora institucional de la Seguridad Social tuvo como resultado cambios inesperados de la conducta que afectan en grado considerable a la eficiencia de las empresas. El aliciente para trabajar disminuyó a consecuencia de las mejores prestaciones en caso de desempleo. Esto significa un coste mayor para seleccionar nuevos trabajadores y un coste mayor de fluctuación de la fuerza de trabajo. Las mejores prestaciones en caso de enfermedad y un menor control por parte del sistema de Seguridad Social han llevado a un aumento sustancial de la tasa de enfermedades entre los trabajadores de las distintas empresas. Esto lleva a una reducción mayor de la eficiencia de las empresas. El coste indirecto de la mano de obra, que ahora es parte sustancial del coste total de la mano de obra, pone en peligro la competitividad de las empresas alemanas en los mercados internacionales. Existe una nueva tendencia en la Sociedad que considera a las empresas no sólo como

Ampliación del
sistema de bien-
estar social:
Consecuencias

instituciones eficientes para la coordinación de la oferta y la demanda, sino también como parte integral del sistema público de salud y educación .

La mayor riqueza que las familias individuales tienen hoy ha llevado también a un cambio en la conducta de los consumidores. Me refiero a la mayor exigencia, por parte de los clientes, en el grado de confianza y seguridad de los productos adquiridos. En el siglo XIX, el cliente tenía que tolerar un grado considerable de riesgo en los productos, y el marco institucional protegía a la industria de las reclamaciones de los consumidores por daños y perjuicios sufridos a causa de productos defectuosos. Bajo la presión del movimiento consumista, la responsabilidad por producto sufrió cambios en la mayoría de los países. Esto ha aumentado la tendencia a demandar a las empresas por daños y perjuicios. En los Estados Unidos esto ha llevado a lo que algunos observadores llaman "la sociedad litigante": una explosión del número de litigios y de abogados, y un aumento de las primas de seguros por responsabilidad del producto que, en algunos casos, obliga a abandonar la producción. En Europa, las empresas se enfrentan a problemas semejantes aún cuando las reclamaciones no han llegado a tal magnitud. A fin de hacer frente a esta nueva situación con eficiencia, las empresas han sufrido cambios estructurales considerables. Controles de calidad más rigurosos, documentación de las actas y una minuciosa asignación de responsabilidades, así como un nuevo enfoque estratégico de la administración de riesgos, como una herramienta de management para identificar, implementar y controlar

Incremento de la riqueza de las familias individuales: consecuencias

los riesgos que implican todas las actividades de la empresa lo que ha modificado, sin duda alguna, la estructura de la corporación moderna.

Indudablemente, el estado de opinión, que ha cambiado en los mercados de trabajo y en los mercados de productos, no ha dejado de afectar a la conducta de las empresas. En los últimos años, la economía informativa ha subrayado un aspecto de este cambio en el comportamiento de las empresas: la explotación de la ignorancia que tiene el cliente en materia de calidad de los productos. En los mercados de productos muy complejos, como los bienes de consumo duraderos, el productor est  mejor informado de la calidad de sus productos que el consumidor. Por tanto, puede verse tentado a pedir un precio más alto que el que justifica la calidad real del producto. Por supuesto, el consumidor es consciente de su ignorancia o de su conocimiento parcial y puede recelar si le cobran un precio exorbitante por el producto. Este recelo impide, en última instancia, que se efectúe la venta. El mercado se desploma como institución que coordina la oferta y la demanda. Este es el bien conocido problema del riesgo moral: La institución induce cambios de conducta que ponen en peligro la existencia misma de la institución.

Explotación de la ignorancia del cliente en materia de la calidad de los productos

El problema del "riesgo moral" es penetrante; describe la observación de que las instituciones no sólo producen comportamientos de expectativas, sino que también pueden, por lo tanto, producir disfuncionalidades inesperadas del comportamiento, las cuales, si consiguen ser dominantes, destruirán las instituciones. La distinta conducta disconforme de los trabajadores puede tener como consecuencia el

los riesgos que implican todas las actividades de la empresa lo que ha modificado, sin duda alguna, la estructura de la corporación moderna.

Indudablemente, el estado de opinión, que ha cambiado en los mercados de trabajo y en los mercados de productos, no ha dejado de afectar a la conducta de las empresas. En los últimos años, la economía informativa ha subrayado un aspecto de este cambio en el comportamiento de las empresas: la explotación de la ignorancia que tiene el cliente en materia de calidad de los productos. En los mercados de productos muy complejos, como los bienes de consumo duraderos, el productor está mejor informado de la calidad de sus productos que el consumidor. Por tanto, puede verse tentado a pedir un precio más alto que el que justifica la calidad real del producto. Por supuesto, el consumidor es consciente de su ignorancia o de su conocimiento parcial y puede recelar si le cobran un precio exorbitante por el producto. Este recelo impide, en última instancia, que se efectúe la venta. El mercado se desploma como institución que coordina la oferta y la demanda. Este es el bien conocido problema del riesgo moral: La institución induce cambios de conducta que ponen en peligro la existencia misma de la institución.

Explotación de la ignorancia del cliente en materia de la calidad de los productos

El problema del "riesgo moral" es penetrante; describe la observación de que las instituciones no sólo producen comportamientos de expectativas, sino que también pueden, por lo tanto, producir disfuncionalidades inesperadas del comportamiento, las cuales, si consiguen ser dominantes, destruirán las instituciones. La distinta conducta disconforme de los trabajadores puede tener como consecuencia el

Fallo
institucional

desplome del mercado de trabajo oficial, porque es más provechoso explotar el sistema y trabajar en la economía soterrada. La sociedad litigante puede llevar, con el tiempo, a una reducción de la tasa de innovación y a precios considerablemente más altos de los productos y, además, la distinta conducta de las empresas que explotan la ignorancia de los consumidores, conduce al fracaso del mercado.

Sin embargo, cabe inferir de lo dicho que lo que pone en peligro al sistema no es un fallo del trabajador, del consumidor o del productor individual. Lo que hace al sistema vulnerable son los principios mismos en los que se basa. Los intentos por salvar al sistema haciendo un llamamiento a la conducta ética, como se ha hecho frecuentemente, están contraindicados en una sociedad competitiva centralizada. El problema del riesgo moral no es un signo de inmoralidad o de irresponsabilidad de las empresas o de los trabajadores, pero pocas veces es una indicación de fallo institucional. Las propias instituciones que la sociedad ha creado con la misión de alcanzar objetivos sociales generan una conducta contraproducente. En tal situación, no es posible cambiar la conducta disfuncional por apelaciones a la conciencia individual. Únicamente puede eliminarse mediante un cambio en el sistema que haga poco rentable al individuo el comportarse en esa forma disfuncional.

2. Responsabilidad social y el buen nombre de la empresa

Debate

Al considerar el papel de la empresa en la Sociedad, se han atribuido los fallos evidentes de las empresas para alcanzar objetivos sociales a la "irresponsabilidad empresarial" y no a una organización negligente e inadecuada de la estructura institucional en la que la empresa funciona. El debate se ha concentrado en cuatro puntos:

1. Conducta ética de los administradores,
2. Seguridad en el trabajo y condiciones de trabajo,
3. Progreso técnico socialmente conveniente, y
4. Explotación del entorno,

Consideraré estos cuatro puntos separadamente a fin de establecer que son meros síntomas del fallo institucional de la Sociedad.

Conducta
ética

El debate sobre la conducta ética de las empresas y de sus administradores tuvo su origen en los casos de soborno cometidos por empresas multinacionales, por una parte y, por otra, en la controversia sobre productos que no eran dignos de confianza y que se producían "con fines lucrativos". Las cuestiones de infringimiento de las leyes antimonopolio y de evasión fiscal, tenían una importancia secundaria en este debate.

Lo mismo ocurre con la calidad de los productos. Veámos si el mercado hace que al productor no le resulte rentable vender productos que no son dignos de confianza, la empresa no se verá en la disyuntiva de obtener una ventaja competitiva vendiendo productos de baja calidad o mantener los principios morales con pérdidas y en detrimento de su lucha competitiva. El mercado de productos de marca es una institución de esta clase. El producto de marca conlleva una garantía de calidad. Esto lleva al consumidor a confiar en el producto, confianza que deberá ser luego justificada. El consumidor confía en los nuevos productos de una empresa porque ha tenido buenas experiencias con sus anteriores productos. Ciertamente está dispuesto a pagar un precio más elevado por el producto de marca, y es más fácil convencerlo acerca de un nuevo producto si está fabricado por la misma compañía. Por consiguiente, es rentable para la empresa forjarse un buen nombre fabricando productos de gran calidad. El mercado de productos de marca logra que la conducta de la empresa esté de acuerdo con los objetivos sociales.

Marca de los
productos

Permítasenos hablar ahora sobre el soborno. El soborno es provechoso para una empresa sólo cuando los beneficios que de él se obtienen superan a su coste. Los beneficios son el producto de una venta. Si ese producto cubre el coste del soborno, entonces, evidentemente, ésto es una indicación de un mercado imperfecto. Por consiguiente, la conducta antiética de la empresa es una indicación de un fallo del mercado. En un mercado competitivo el soborno no sería rentable. Por tanto, en vez de aprobar códigos de conducta ética para las empresas, la Sociedad debería mejorar el funcionamiento del mercado como institu-

Soborno

Seguridad en
el trabajo

ción que exige a los agentes en el mercado del peso de tener que tomar decisiones amorales o se plantea el otro camino: el soborno ocurrirá cuando la estructura institucional no elimina efectivamente las situaciones en las que los funcionarios tienen que tomar decisiones que afectan a la asignación de beneficios. Tales decisiones pueden ocurrir en dos niveles. Decisiones comerciales y decisiones sobre la estructura legal y administrativa de las decisiones comerciales. Los negocios privados, sin los mercados, con empresas privadas como suministradores y consumidores tratan claramente de evitar el situar a los funcionarios en una situación donde tienen que adoptar decisiones comerciales. Es duro evitar situaciones en el segundo nivel. El control democrático del legislador y de los procesos administrativos no pueden eliminar completamente tales situaciones. Sin embargo, puede estar verdaderamente justificadas para las empresas y en particular para las acciones responsables en el comportamiento de las empresas que buscan ventajas competitivas influyendo en los legisladores y en los procesos administrativos. Así, en mi opinión, esta es una justificación para discutir la responsabilidad social de todas las empresas. Sin embargo, en muchos casos, mayores salarios para los funcionarios sería un camino muy eficiente para restringir fuertemente el soborno. En determinados casos, una elevación de las retribuciones de los funcionarios públicos eliminaría estos problemas.

El segundo punto del debate sobre la responsabilidad social es la seguridad en el trabajo. Los críticos pretenden demostrar que a la empresa le compensa arriesgar la salud y la vida de sus empleados, puesto que no incurre en los gastos que conlle-

Seguridad en el
trabajo

van los dispositivos de seguridad. El sistema del seguro de enfermedad socializa el costo de los riesgos del trabajo, mientras que el coste de los dispositivos de seguridad tiene que ser pagado por la empresa. La mayoría de las sociedades han resuelto este problema prescribiendo ciertas normas de seguridad en el trabajo e institucionalizando un riguroso sistema de inspección. En algunos casos, estos dispositivos de seguridad prescritos son tan caros que la automatización del proceso resulta una manera más económica de fabricar el producto y, por supuesto, es también más segura de acuerdo con la fórmula: !Si no hay trabajadores, no puede haber lesionados! También a este respecto es posible demostrar que ésta no es una conducta sin ética de las empresas que tienen riesgos de trabajo en un sistema competitivo, sino un fallo institucional del mercado de trabajo. Evidentemente un trabajador no firmaría un contrato de trabajo con un patrón si supiera que sus condiciones de trabajo eran menos seguras que en otras empresas, con igual salario. Claro está que el patrón puede explotar esta ignorancia del trabajador. Sin embargo, si el sistema de seguridad social publicara cifras sobre accidentes de trabajo desglosadas por compañía, esta desigualdad de información disminuiría. Incluso la publicación voluntaria del número de accidentes en las empresas puede producir una conducta socialmente conveniente. El trabajador será inducido a pensar que cualquier compañía que publica cifras sobre sus accidentes aprecia más la seguridad de sus empleados que aquéllas que no hacen ésto. Por ende, estará más dispuesto a aceptar un contrato de trabajo con esa empresa. Esto, a su vez, resulta en menores costes de contratación para la empresa. Por consiguiente, es rentable invertir en materia de seguridad en el trabajo. La publicación voluntaria de cifras sobre accidentes de

trabajo en las empresas ha aumentado considerablemente en los últimos años. A mi modo de ver, esto no es prueba de más responsabilidad social de las empresas, sino del hecho de que una mejora institucional en el mercado de trabajo - mayor conocimiento de las condiciones de trabajo en las distintas empresas - lleva a una conducta empresarial que está de acuerdo con metas sociales más rentables. El mercado se ha vuelto más eficiente en lo que respecta a generar una conducta socialmente conveniente.

Progreso técnico
y empleo

El tercer aspecto de la responsabilidad social concierne a la creación de desempleo socialmente indeseable por motivo de beneficios individuales correspondientes al proceso tecnológico. Tras varias décadas de actitud positiva frente al progreso técnico como un medio para que los salarios aumenten y el nivel de vida sea mejor, se ha desarrollado en Europa una actitud crítica a este respecto. Se afirma que el progreso técnico acaba con los empleos. Es indudable que el efecto neto de la racionalización por el progreso técnico puede ser negativo con respecto al empleo. Este es el caso si las reducciones en la fuerza de trabajo debidas a la racionalización son mayores que el número de empleos adicionales necesarios en la industria que produce el equipo de mano de obra menos intensiva. No obstante, tal inversión en una reducción de la fuerza de trabajo es rentable únicamente si los salarios, especialmente los de los trabajadores menos cualificados, son demasiado altos con relación al coste del capital. Por consiguiente, no es una conducta irresponsable de las empresas, sino más bien un resultado inadecuado del proceso de negociación colectiva lo que lleva a un mayor desempleo. En otras palabras: el desempleo tecnológico no

es nunca el resultado de una conducta irresponsable por parte de las empresas, sino que, más bien, es siempre el resultado de la conducta irresponsable por parte de los sindicatos y de las asociaciones empresariales que fijan las tasas salariales sin considerar sus efectos sobre el desempleo.

Permítasenos ahora reconocer el último aspecto de la responsabilidad social: La protección del entorno. La tesis de que el capitalismo explota el entorno ha suscitado un acalorado debate sobre el papel de las empresas en la sociedad moderna. Hay algo de verdad en esta afirmación. Si las empresas pueden usar gratuitamente ciertos recursos escasos, como el agua clara y el cielo azul, entonces los procesos industriales parecen rentables desde el punto de vista de la empresa que contamina mucho el agua y el aire. Sin embargo, la protección ambiental es el mejor ejemplo de fallo institucional y, sin duda, no lo es en lo que se refiere a una conducta irresponsable. La Sociedad no ha podido establecer un mercado eficiente para los efectos externos de la conducta individual. No hay un mecanismo que coordine eficientemente la demanda de derechos para contaminar el entorno y la oferta de la voluntad de sufrir los inconvenientes de un entorno contaminado. Pero ¿cómo puede saber una empresa si socialmente es más conveniente construir una chimenea de 100 metros de altura en vez de una que tenga 50 metros, o no fabricar el producto en cuestión? Evidentemente la empresa no tiene manera de evaluar el grado de conducta ética en tal situación. Y si el Gobierno prescribe chimeneas de 100 metros, y no de 50 metros, como podría un manager de una fábrica de productos químicos de Colonia aceptar el criterio de que el acatamiento de la ley

es el comportamiento más ético en un sentido más amplio? Las emanaciones de su chimenea irán a parar a Noruega, en vez de al norte de Alemania como hubiera ocurrido con una chimenea menos alta. La empresa es una institución incapaz de tomar decisiones en un conflicto entre eficiencia y moralidad. Poner a una empresa en tal situación es prueba de que la Sociedad no ha podido crear instituciones que eviten tal conflicto. Ciertamente es que ha habido muchas proposiciones interesantes para crear un mercado de los derechos a contaminar, pero aún cuando concedamos que tal institución está muy lejana, ello no significa que no puede ponérsele precio a la contaminación, lo cual induciría a las empresas a mantener el entorno limpio en el grado deseado. Las cuotas por permisos para emanaciones son ejemplo de esto.

Resumen:

Podemos resumir nuestras consideraciones sobre las empresas y los mercados como instituciones nacionales en los puntos siguientes:

Empresas innovadoras e inventoras

1. Las empresas innovadoras e inventoras son dos instituciones nuevas que organizan de forma eficiente la búsqueda de procesos para nuevos productos y procesos.

Eficiencia del mercado de know-how

2. El mercado de "know-how" es menos eficiente que las empresas por lo que se refiere a la asignación de recursos escasos en este proceso de búsqueda.

Mercado de know-how

3. El mercado de productos que incorporan "know-how" sofisticado de forma eficiente crean oportunidades así como presión para obligar a las empresas a tal proceso de búsqueda.

Amplitud del
mercado

4. Mercados mas amplios son mas eficientes a este respecto que mercados pequeños. La creación del Mercado Común Europeo fue a este respecto el mayor progreso institucional.

Fallo institu-
cional

5. El éxito mismo que las instituciones creadas en el siglo XIX tuvieron para alcanzar la meta de una riqueza material cada vez mayor, ha producido cambios en la conducta de los individuos y de las empresas, los cuales ponen en peligro la existencia misma del sistema que ha funcionado con éxito. Los problemas de riesgo moral son indicativos de un fallo institucional del sistema en su conjunto y no sólo de los individuos o de las empresas.

Cambio estructu-
ral de la empresa

6. Cambios adecuados en la estructura institucional de la empresa llevan a una conducta favorable a los objetivos sociales de nuestra época y reducen los riesgos morales o incluso los eliminan.

Códigos de
conducta
éticos

7. Las demandas de códigos de conducta éticos o de principios de responsabilidad social que regulen la conducta de las empresas son, por consiguiente, inapropiadas. Son, incluso, irresponsables porque aceptan colocar a las empresas en una disyuntiva moral entre la eficiencia y la conducta ética. Cambian el énfasis de un mejoramiento de la estructura institucional que eliminaría estos conflictos.

D. La empresa multinacional en los mercados internacionales

I. Creación de la empresa multinacional

En la Edad Media, la perspectiva de la Sociedad era global más que nacional. El libre comercio internacional y la convertibilidad de las monedas basada en el patrón oro, eran características económicas de un sistema que se basó en la concepción cristiana de que el mundo era un sistema global con un orden global creado por Dios y sus mandamientos al nombre. Por consiguiente, las grandes casas mercantiles de la Edad Media fueron supranacionales en su perspectiva y en el alcance de sus actividades económicas. Su responsabilidad tenía dimensiones globales y cualquier confinamiento nacional o cualquier restricción nacionalista del comercio habrían sido inconcebibles.

Cuando se formaron los Estados nacionales, el comercio internacional cambió notablemente su carácter. Los Estados nacionales buscaron aumentar la riqueza nacional por medio del comercio internacional. En el período del Mercantilismo, el Estado esperó mejorar el bienestar nacional por medio de un sólo aspecto del comercio internacional: las exportaciones. El Liberalismo Económico del siglo XIX hizo hincapié en las exportaciones e importaciones como medios para aumentar "la riqueza de las naciones". Así pues, el Liberalismo Económico fue una filosofía

En la Edad
Media

Liberalismo
económico

tendente a fortalecer a la nación-Estado. Las empresas del siglo XIX se convirtieron en instrumentos de la política económica nacional. Su participación en el comercio internacional debía servir al propósito de una rápida transición de una civilización agraria a un estado industrial, esto fue posible solamente para la competencia ahora invisible bajo ciertas condiciones institucionales y para una alta eficiencia de la competencia en los mercados de trabajo.

II. La empresa multinacional y el nuevo colonialismo

P.d.v.
internacional

Desde el punto de vista internacional, por último, analizaré el papel de la empresa multinacional y el de los mercados internacionales.

Neocolonialismo

No es extraño observar en el debate actual sobre el papel de las empresas multinacionales en el proceso del desarrollo económico, que el concepto de la empresa multinacional que sirve a los intereses de la nación aún prevalezca. Por lo tanto, se trata a la empresa multinacional como a un instrumento de las naciones industrializadas que continúan su explotación colonial con otros métodos. El neocolonialismo por medio de las empresas multinacionales ha sustituido al viejo colonialismo que se valía de los barcos de guerra.

Por supuesto, este criterio es, de por sí, una indicación de que la perspectiva nacional se acepta como base de discusión. Si se adopta la perspectiva global o universal, entonces las empresas multinacio-

Según la perspectiva internacional las empresas multinacionales.....

nales no son tema de preocupación. Por el contrario, distribuyen eficientemente recursos económicos escasos entre las diferentes partes del globo sin tomar en consideración las fronteras nacionales y así logran un máximo crecimiento de la riqueza en el mundo. Según este criterio, son las naciones-Estados quienes persiguen objetivos faltos de visión y quienes, al restringir las actividades de las compañías multinacionales usan ineficientemente sus recursos. Expresaré aquí mi preferencia por esa perspectiva global de la Sociedad y por interpretar el papel de la compañía multinacional dentro de ese marco de referencia. Pero en lo que sigue aceptaré el criterio, más realista, de que una perspectiva nacionalista prevalece y de que el comercio internacional se considera según el criterio estrecho de si se realiza en interés nacional o no.

Argumentos contra la compañía multinacional

Dentro de un marco nacional de referencia, hay dos argumentos que se esgrimen contra la compañía multinacional. El primero es que la compañía multinacional explota recursos no renovables, especialmente las materias primas de los países menos adelantados, y el segundo es que la empresa multinacional limita la transferencia de tecnología de los países industrializados a los países en desarrollo, de manera que el desarrollo económico de estos últimos se retrasa. Procuraré demostrar que lo que produce una conducta en el comercio internacional que algunos países en desarrollo consideran contraria a sus objetivos, no es la compañía multinacional sino un fallo institucional.

III. Mercados internacionales eficientes e ineficientes

No es patente que la institución de la empresa multinacional debería desarrollarse en condiciones de mercados internacionales eficientes. En realidad cuesta mucho organizar las actividades internacionales de una compañía y coordinar el flujo de bienes y de información en su seno. Por tanto, la empresa multinacional no podría ser una institución económica eficiente si la coordinación a través del mercado internacional fuera menos costosa y más eficiente que la coordinación dentro de la empresa internacional.

Empresa multi-
nacional y
mercado inter-
nacional

Los mercados de productos básicos son ejemplos característicos de mercados internacionales eficientes. Hay casas de importación y casas de exportación dedicadas al comercio internacional, y la oferta y la demanda se coordinan en las lonjas. Los productos nacionales se venden y se compran a través de las casas de comercio nacionales o directamente en la lonja. La coordinación de los flujos de bienes y dinero en todo el mundo es efectuada por las empresas nacionales y el mercado internacional con gran eficiencia. La empresa multinacional característica sería menos eficiente. En esas condiciones no se justifica la existencia de tal institución. Anora ciertamente, los recursos no renovables, tales como las materias primas, son productos básicos. Si las empresas multinacionales están comprometidas en la producción de tales materias primas es porque tienen mayor eficiencia que las empresas nacionales. Por un

Empresa multi-
nacional y
mercados de
productos
básicos

lado, pueden conseguir el capital necesario que no pueden lograr las empresas nacionales, y por otro lado, tienen un "know-how" de producción que no posee una empresa nacional. Naturalmente, sería el fracaso del mercado capital internacional y del mercado de "know-how" es lo que haría que las empresas multinacionales fueron instituciones más eficientes.

Evidentemente, los mercados internacionales son menos eficientes en la coordinación de la oferta y la demanda de productos heterogéneos que incorporan "know-how" tecnológico. Vender directamente al cliente la maquinaria compleja y el "know-how" combinado con ella es menos costoso que instruir, primero, al comerciante sobre el manejo de la maquinaria y después, esperar a que el comerciante sea capaz de instruir debidamente al cliente. Sin duda, el desarrollo y la transferencia del "know-how" son caros y si dicha transferencia es más eficiente en el seno de la empresa que a través de un mercado internacional de "know-how", ello no significa que sea gratuita. Algunas veces esto se pasa por alto en los debates entre países industrializados y países en desarrollo que demandan la aprobación de códigos para la transferencia de tecnología o el acceso al "know-how" tecnológico sin costo alguno, o que consideran las cuotas de licencia como utilidades sujetas a impuesto. En realidad, estos intentos reducen la rapidez de la transferencia del "know-how" tecnológico en vez de aumentarla, ya que ninguna nación puede obligar a una empresa nacional o multinacional a realizar actividades que les reportan pérdidas. Si no hay una compensación adecuada para la transferencia del "know-how" tecnológico, no habrá transferencia alguna y, en

Empresas multi-
nacionales y
mercados de
know-how

última instancia, es posible que ni siquiera haya suficiente generación de nuevo "know-how" tecnológico que pueda transferirse.

Parece más apropiado considerar el problema de la transferencia de "know-how" desde el punto de vista del fallo institucional. ¿Por qué no existe un mercado de "know-how" tecnológico o por qué es ineficiente? ¿En qué condiciones la coordinación de la oferta y la demanda de "know-how" podría ser efectuada eficientemente por los mercados? Por supuesto, desarrollar dentro del país el "know-how" necesario es siempre una estrategia factible. Sin embargo, eso requiere mucho tiempo e implica un gran riesgo. Por tanto, puede parecer más eficiente comprarlo a una empresa de un país industrializado, con buena reputación por la calidad de sus productos. Claro está que la dependencia de esta estrategia de importación requiere mercados internacionales libres y eficientes, y podría estar en conflicto con objetivos nacionales a corto plazo en materia de empleo y desarrollo. Por consiguiente, las restricciones al comercio internacional mediante condiciones de contenido local y otras barreras al libre comercio internacional, se consideran necesarias para alcanzar los objetivos nacionales a corto plazo. Si una nación quiere restringir el comercio internacional y, al mismo tiempo, participar en la generación de "know-how" tecnológico en los países industrializados, la única solución será la compañía multinacional que está dispuesta a aceptar las condiciones de contenido local. Por ende, la empresa multinacional es el resultado de los intentos de las naciones para restringir la eficiencia de los mercados internacionales por razones naciona-

Mercado de
know-how
(Fallo ins-
titucional)

les de corto plazo y su reducida visión y, al mismo tiempo, tener acceso a los productos internacionales de alto nivel tecnológico y de poco riesgo.

Conclusiones

De lo dicho podemos sacar las conclusiones siguientes:

Productos básicos

1. La empresa multinacional es menos eficiente que los mercados internacionales en lo que se refiere a productos básicos. Los costos de transacción de estos productos en los mercados internacionales son más bajos que los costos internos de coordinación en el seno de la empresa multinacional.

Know-how tecnológico

2. Los mercados internacionales fallan en la transferencia de "know-how" tecnológico, especialmente en caso del "know-how" en materia de manufactura y administración. Puesto que los costos de transacción a través de los mercados son elevados, y puesto que los mercados no pueden eliminar eficientemente los elevados riesgos implicados, la empresa multinacional es una institución más eficiente para la coordinación de la oferta y la demanda de productos tecnológicamente avanzados.

Objetivos nacionales ...

3. Hay casos en que los mercados internacionales son las instituciones más eficientes desde el punto de vista de la asignación. Sin embargo, el punto de vista de la asignación global puede estar en conflicto con objetivos nacionales para el desarrollo de un país y para la distribución de las rentas y de la riqueza en ese país determinado. En tales casos, la eficiencia de los mercados internacionales es deliberadamente reducida por la política nacional. En estos

casos, la empresa multinacional puede ser una solución satisfactoria del problema de la transferencia internacional de conocimientos y de "know-how".

4. Los países en desarrollo que pretenden restringir el libre comercio internacional y, a la vez, inducir a las compañías multinacionales a proporcionarles "know-how" tecnológico sin costo alguno, no deben sorprenderse cuando la oferta de "know-how" disminuye. No hay que imputar la culpa de esto a la empresa multinacional sino al fallo de los países en desarrollo para idear instituciones que produzcan voluntariamente la conducta deseada.

Restricciones
al libre comercio

E. Observaciones finales

Toda Sociedad tiene las instituciones que se merece. He señalado que la Economía social de Mercado se basa en la confianza en que las instituciones de la libre empresa y los mercados eficientes en combinación coordinen la oferta y la demanda de la manera más eficiente en una Sociedad dinámica, y produzcan riqueza suficiente para aumentar el nivel de vida y, a la vez, para financiar un sistema de bienestar social bastante generoso.

Cada sociedad
tiene las
instituciones
que se merece

He intentado demostrar que el riesgo moral y la responsabilidad social son indicadores de un fallo institucional y no de irresponsabilidad individual. Para producir la conducta deseada se requiere que haya cambios adecuados en las instituciones. Esto se aplica a las empresas así como a los mercados. La empresa multinacional puede considerarse como la

Riesgo moral
y responsabili-
dad social
indicadores
de un fallo
institucional

indicación de un fallo por parte de los países para establecer instituciones nacionales apropiadas que realicen la tarea de coordinar la oferta y la demanda, con miras a un crecimiento máximo, tan eficientemente como lo hace la empresa multinacional, naturalmente, el proteccionismo por un parte de los países industrializados es frecuentemente instrumento en la producción de tales comportamientos contrarios a la gestión productiva de los países desarrollados.

Para terminar, les contaré un chiste que ilustra los problemas institucionales de las sociedades a los cuales me he referido. En un país socialista, tres nombres, uno socialista, otro comunista y el tercero capitalista se encuentran frente a una carnicería. El socialista dice: ¡Miren toda esta gente delante de la carnicería! ¡Hacen cola para comprar carne de cerdo!, El comunista pregunta: "¿Qué es carne de cerdo?", Y el capitalista inquiera: "¿Qué es una cola?".

W O R K I N G P A P E R S PUBLICADOS

Núm.	A U T O R	T I T U L O	Fecha
1	S. GARCIA ECHEVARRIA	Instituto Internacional de Empresa (b)	18.3.1976
2	E. DURR	Condiciones y premisas de funcionamiento de una economía social de mercado(b)	23.9.1976
3	S. GARCIA ECHEVARRIA	Análisis de la experiencia alemana, en torno a la co-gestión empresarial (b)	12.11.1976
4	S. GARCIA ECHEVARRIA	Política Empresarial: Alternativas y posibilidades para un medio en cambio (a)	10.12.1976
5	S. GARCIA ECHEVARRIA	Beneficio, autofinanciación y cogestión empresarial (a)	25.4.1977
6.	F. VOIGT	La cogestión como elemento fundamental de la Economía Social de Mercado (b)	Mayo 1977
7.	S. GARCIA ECHEVARRIA	Política Empresarial en España e inversión extranjera (b)	Mayo 1977
8.	S. GARCIA ECHEVARRIA	Ilusión monetaria, beneficios ficticios y Economía de la Empresa (b)	Junio 1977
9.	H. SCHMIDT	La Ley Constitucional de la Explotación en la República Federal de Alemania (b)	Junio 1977
10.	W. KRELLE	Medidas y planes para una distribución patrimonial más equilibrada en la República Federal de Alemania (b)	Junio 1977
11.	E. DURR	Las diferentes concepciones de Política Económica en la Comunidad Económica Europea (a)	Junio 1977
12.	E. DURR	Importancia de la Política Coyuntural para el mantenimiento de la Economía Social de Mercado (b)	Sept. 1977

(a) Agotado

(b) Hay existencias

Núm.	A U T O R	T I T U L O	Fecha
13	F. VOIGT	El modelo yugoslavo de orden económico y empresarial (b)	Sep. 1977
14.	E. DURR	Aspectos fundamentales e institucionales de una Economía Social de Mercado (b)	Oct. 1977
15.	S. GARCIA ECHEVARRIA	Política Empresarial en un orden de Economía Social de Mercado: su instrumentación y funcionamiento (b)	Nov. 1977
16.	S. GARCIA ECHEVARRIA	El Balance Social en la gestión empresarial (b)	Enero 1978
17.	S. GARCIA ECHEVARRIA	Economía Social de Mercado: Actividad privada y pública (b)	Abril 1978
18.	S. GARCIA ECHEVARRIA	Problemas de la moderna dirección de empresas (b)	Mayo 1978
19.	S. GARCIA ECHEVARRIA	Marco ideológico de la reforma de la Empresa: La Economía Social de Mercado (b)	Mayo 1978
20.	E. DURR	Política coyuntural y monetaria de Economía Social de Mercado (a)	Junio 1978
21.	CH. WATRIN	Alternativas de orden económico y de sociedad (b)	Julio 1978
22.	E. DURR	Política de crecimiento en una Economía Social de Mercado (b)	Julio 1978
23.	E. DURR	La Economía Social de Mercado como aportación a un nuevo orden económico mundial (b)	Julio 1978
24.	S. GARCIA ECHEVARRIA	Política de clases medias empresariales (b)	Agosto 1978
25.	S. GARCIA ECHEVARRIA	La empresa ante el paro juvenil (b)	Sept. 1978

(a) Agotado

(b) Hay existencias

Núm.	A U T O R	T I T U L O	Fecha
26 27	S. GARCIA ECHEVARRIA	Economía Social de Mercado Análisis crítico de la planificación económica (b)	Oct. 1978
28.	S. GARCIA ECHEVARRIA	Memoria de actividades Cátedra de Política Econó mica de la Empresa (b)	Sept. 1978
29.	S. GARCIA ECHEVARRIA	Mercado de Trabajo en una Economía Social de Merca do (b)	Nov. 1978
30.	S. GARCIA ECHEVARRIA	Política de Clases Medias Empresariales (b)	Febr. 1979
31.	S. GARCIA ECHEVARRIA	Balance Social en los paí ses del mercado común (b)	Febr. 1979
32.	S. GARCIA ECHEVARRIA	El estatuto de la empresa	Marzo 1979
33.	E. DURR	La actuación del estado en una economía de mercado (b)	Abril 1979
34.	S. GARCIA ECHEVARRIA	Poder en la empresa (b)	Mayo 1979
35.	S. GARCIA ECHEVARRIA	Condiciones para el funcio namiento de la actividad empresarial en un orden de Economía Social de Mercado: Consideraciones sobre la si tuación española (b)	Marzo 1979
36.	S. GARCIA ECHEVARRIA	Universidad y realidad em presarial en una sociedad pluralista (b)	Mayo 1979
37.	S. GARCIA ECHEVARRIA	Problemas actuales de la Po lítica Económica y Empresa rial Española (b)	Julio 1979
37.	S. GARCIA ECHEVARRIA	Die aktuellen Probleme der spanischen Wirtschaftsund Unternehmenspolitik (b)	Julio 1979
38.	E. DURR	Política de crecimiento me diante intervencionismo o mediante una política de or den económico (b)	Sept. 1979
39.	CH. WATRIN	El desarrollo de los princi pios de la Economía Social de Mercado	

Núm.	A U T O R	T I T U L O	Fecha
40	S.GARCIA ECHEVARRIA	Memoria de Actividades	Dic. 1979
41	E. DURR	Dictamen del Grupo Internacional de Economía Social de Mercado sobre la problemática de los planes económicos cuantitativos.	Ene.1980
42	GUIDO BRUNNER	El ahorro energético como motor del crecimiento económico.	Feb.1980
43	S.GARCIA ECHEVARRIA	Incidencia de la Política Económica en la planificación y gestión empresarial.	Mar.1980
44	S.GARCIA ECHEVARRIA	El Balance Social en el marco de la Sociedad	Abr.1980
45	MEINOLF DIERKES S.GARCIA ECHEVARRIA	Balance Social en la Banca	Jun.1980
46	S.GARCIA ECHEVARRIA	La empresa media y pequeña: su localización en la política económica y de Sociedad.	Jun.1980
47	H. GUNTHER MEISSNER	Tendencias actuales del Marketing Internacional	Jul.1980
48	CHRISTIAN WATRIN	Economía de Mercado	Agt.1980
49	S.GARCIA ECHEVARRIA	La productividad como magnitud de medida de los procesos económicos.	Sep.1980
50	S.GARCIA ECHEVARRIA	Situación actual de la Economía Española	Oct.1980
51	S.GARCIA ECHEVARRIA	Problemas que se plantean en España para la introducción de una Economía Social de Mercado.	Nov.1980
52	S.GARCIA ECHEVARRIA	Memoria de Actividades	Dic.1980
53	S.GARCIA ECHEVARRIA	Balance Social y Sociedad (El Balance social como elemento integrante en una Economía Social de Mercado).	Ene.1981
54	S.GARCIA ECHEVARRIA	Estructura Económica y Financiera de las Empresas Medianas y Pequeñas.	Feb.1981
55	S.GARCIA ECHEVARRIA	El papel del Empresario en la Economía Social de Mercado.	Mar.1981

Núm.	AUTOR	TITULO	Fecha
56	E.GAUGLER	Exigencias de la Economía de Mercado a la constitución <u>em</u> presarial.	Abr.1.981
57	O.SCHLECHT	Génesis de la Economía Social de Mercado.	Mar.1.981
58	H. G.MEISSNER	Perspectivas de desarrollo del Marketing Internacional: Escenarios futuros y problemas de su medición.	Jun.1.981
59	CHR.WATRIN	Acción concertada.	Jul.1.981
60	H. ALBACH	Estrategia para la Empresa.	Agt.1.931
61	S.GARCIA ECHEVAR.	Empleo y productividad de la Empresa.	Sep.1.981
62	S.GARCIA ECHEVAR.	Responsabilidad Societaria y Estrategia Empresarial: Balan <u>ce</u> Social.	Nov.1.981
63	S.GARCIA ECHEVAR.	La Concertación Social y su Incidencia sobre la Empresa Española.	Oct.1.981
64	H.ALBACH	Evolución de la Productividad	Dic.1.981
65	S.GARCIA ECHEVAR.	La empresa ante el futuro	Ene.1.982

