

El mercado de la responsabilidad social empresarial

Helena Ancos Franco*

El presente trabajo pretende explorar los cambios institucionales para alentar una acción voluntaria y/o cooperativa de las empresas a favor de la llamada responsabilidad social. Concebida la Responsabilidad Social Empresarial (RSE) como un mecanismo de provisión de bienes públicos, la elección de un adecuado marco institucional para la toma de decisiones responsables por parte de cada empresa, estableciendo los incentivos adecuados, la voluntad de pagar —o internalizar las externalidades—, y la promoción de decisiones colectivas se presenta a priori como una alternativa con enormes potencialidades.

Palabras clave: bienes públicos, desarrollo sostenible, estrategia empresarial, medio ambiente,

Clasificación JEL: M14, L10.

1. Introducción

La Responsabilidad Social Empresarial (RSE) como asunción voluntaria por la empresa de criterios éticos, sociales y medioambientales, y al mismo tiempo, la demanda pública frente a los impactos negativos de la actividad empresarial, se ha ido cimentando sobre múltiples frentes geográficos y contextuales: bien asociada a la dimensión del desarrollo, a la del deterioro de los bienes públicos globales, a la de la responsabilidad empresarial por productos defectuosos o a la de la pura filantropía... Sin embargo, será sobre todo a partir de los años ochenta cuando se asista a una creciente conciencia pública sobre el papel de los negocios en la sociedad tras desastres medioambientales y sociales como los de Bhopal, Chernobyl y Exxon Valdez. Junto a ello, a principios de

los años noventa, el Informe Brundtland (1987) y la Cumbre de Río (1992) (Warhurst, 2005) inspiraron un concepto de desarrollo más allá del crecimiento económico y de la continua generación de riqueza definida exclusivamente en términos financieros para abarcar conceptos de equidad intra e intergeneracional y de calidad de vida. Se hablaba de desarrollo sostenible como el desarrollo que satisfacía las necesidades del presente sin comprometer las capacidades de las futuras generaciones para satisfacer las suyas.

En este contexto, frente a los planteamientos de la economía clásica que consideraba como fin último de la empresa la maximización de su valor para el accionista, la RSE venía a fundamentarse en la función social de la propiedad, esto es, que tanto la titularidad pública como privada de la propiedad, tienen que tener una legitimidad de origen y de ejercicio, justificada por su función social.

* Investigadora. Instituto Complutense de Estudios Internacionales. UCM.



COLABORACIONES

Sin embargo, la búsqueda del interés social de la función empresarial, lejos de identificarse nítidamente con el interés público, ha llevado, en el ámbito comunitario, a una huída de lo público —entendido como intervención— que ha cristalizado en la propia definición de RSE (1), esto es, en su asunción voluntaria por las empresas, sin que exista sin embargo, una clara contrapartida en la internalización de su gestión. Así, frente a iniciativas responsables loables y sistematizadas, la realidad nos enfrenta diariamente a controvertidos comportamientos de empresas con compromisos formales e informes anuales de RSE, que parecen comprometer seriamente la salud y seguridad en el trabajo, los derechos humanos, la calidad medioambiental o la estabilidad laboral, especialmente en países terceros receptores de inversiones.

El objeto primigenio de este trabajo surgió de la inquietud de *fiscalizar* el cumplimiento de las responsabilidades sociales asumidas voluntariamente por las empresas. Para ello, nos planteamos la oportunidad de revisar los índices de medición existentes y la metodología de su evaluación. Ello nos conducía inexorablemente a una sistematización de los incentivos para la implantación de toda política de responsabilidad social por parte de las empresas. Así, más que tratar de las dimensiones sociales de la gestión empresarial nuestro propósito era hallar los fundamentos empresariales de la gestión social. La búsqueda de argumentos empresariales para la gestión social nos llevaba a plantear una pregunta *a priori* chocante, ¿puede existir un mercado de la RSE?

(1) La Comisión Europea define la responsabilidad social de las empresas (RSE) como la integración voluntaria, por parte de las empresas, de las preocupaciones sociales y medioambientales en sus operaciones comerciales y sus relaciones con sus interlocutores (*stakeholder*). Comunicación de la Comisión de 2.7.2002 relativa a la responsabilidad social de las empresas: una contribución empresarial al desarrollo sostenible. COM (2002) 347 Final.

El presente trabajo pretende explorar los cambios institucionales para alentar una acción voluntaria y/o cooperativa de las empresas a favor de la llamada responsabilidad social. Concebida la RSE como un mecanismo de provisión de bienes públicos, la elección de un adecuado marco institucional para la toma de decisiones responsables por parte de cada empresa, estableciendo los incentivos adecuados, la voluntad de pagar —o internalizar las externalidades—, y la promoción de decisiones colectivas se presenta *a priori* como una alternativa con enormes potencialidades.

De esta forma, si bien los «*bienes públicos globales pueden ser un contrapeso al “fundamentalismo” del mercado*» (Marín y García-Verdugo, 2003), al mismo tiempo su provisión privada hace que la RSE se dote de fuertes dosis de eficacia, pragmatismo y por qué no de competitividad empresarial, insertándola en un futuro mercado de la responsabilidad social, ligada a la naturaleza y características de los distintos bienes públicos. El objeto de este artículo será pues, explorar la ubicación económica de la RSE en un nuevo modelo de gestión de la empresa partiendo de la premisa de que la RSE supone un mecanismo de financiación de los bienes públicos y gestión de las externalidades derivadas de la acción empresarial en lo económico, social y medioambiental. Esta dimensión nos lleva a indagar sobre el marco institucional necesario para gestionar su provisión y los incentivos asociados a la financiación por parte de la empresa privada.

2. La RSE como financiación de los bienes públicos

Según la microeconomía y las finanzas neoclásicas, en mercados competitivos, con información perfecta y ausencia de



COLABORACIONES

externalidades, el beneficio social se logra cuando todas las empresas consiguen maximizar su valor en el mercado. En el primer teorema de la economía del bienestar de Pareto la óptima asignación de recursos y por ende, la eficiencia económica y social, se consigue sólo cuando todos los agentes económicos maximizan su función de utilidad y alcanzan un punto en el que ninguno de ellos puede mejorar si no es a costa de que otro empeore. Según esto, la eficiencia social sólo puede alcanzarse sobre la base de criterios de racionalidad económica, adoptando las decisiones en el ámbito económico sin tener en cuenta el impacto que puedan ejercer las actividades empresariales sobre el medioambiente y la sociedad. De ahí que adoptar voluntariamente criterios sociales o medioambientales adicionales a los mínimos legales, llevaría a una asignación ineficiente de los recursos y a una disminución del bienestar social.

Ahora bien, en el mundo real, la actividad de las empresas es generadora de externalidades. Definida una externalidad bien como el coste o beneficio que surge de la producción de un bien y que recae sobre una persona distinta del productor, o como el costo o beneficio que surge del consumo de un bien y que recae sobre una persona distinta al consumidor, la acción empresarial lleva aparejada múltiples relaciones recíprocas que afectan a los operadores económicos. En este contexto, la lógica que subyace a la tesis de racionalidad económica paretiana, sitúa como eje de la actividad económica comportamientos individualistas de los agentes económicos excluyendo los fallos de mercado derivados de las externalidades negativas y más concretamente, de su impacto sobre los bienes públicos y la posibilidad de comportamientos cooperativos en estrategias a largo plazo.

Pues bien, concebidos los bienes públicos como un caso particular de externa-

lidad (2), en algunos casos la acción de las empresas tendrá una incidencia directa sobre los bienes públicos a través de sus propias actividades de producción (negativa: la contaminación acústica y ambiental, tala de árboles, etcétera; positiva: por ejemplo, promoción de la salud a través de la producción de alimentos saludables, contratación de trabajadores discapacitados...) en otros casos, indirecta a través de actividades no relacionadas directamente con su ámbito de actividad.

Si en principio, la teoría económica ha estudiado los bienes públicos asociados a los fallos del mercado, en la actualidad este concepto se halla más ligado a razones distributivas, esto es, a decisiones políticas sobre aquellos bienes que deben ser puestos a disposición de todos. En este sentido, nosotros partimos de una concepción amplia de los bienes públicos incluyendo todos aquellos bienes para los que no cabe exclusión, bien por los rasgos técnicos de su provisión, o como consecuencia de una decisión política. Esta acepción es más acorde con un concepto de desarrollo sostenible, no sólo porque el concepto de desarrollo sostenible lleva implícita la necesidad de una acción política que module la provisión de bienes públicos de forma acorde a las necesidades de bienestar de una sociedad en un momento dado y a la previsión de las demandas intergeneracionales, sino también porque un creciente número de problemas internacionales están relacionados con la falta de provisión de algunos bienes públicos que no pueden ser provistos individualmente por los gobiernos nacionales ni siquiera dentro de sus fronteras,

(2) Para la teoría económica del siglo XX el término de bienes públicos fue acuñado por Samuelson (1954) quien los definió como aquellos de cuyo disfrute no puede excluirse a ninguna persona, independientemente de quién pague por ellos (no rivalidad en el consumo), y cuyo consumo por un individuo no reduce la cantidad de ese bien disponible para otro individuo (no exclusividad).



COLABORACIONES

y porque desde la teoría de la empresa, la responsabilidad social se presenta como un bien intangible con enormes potencialidades para incrementar el valor de aquella. No obstante, es cierto que aunque la participación de las empresas en la producción de bienes públicos adicionales no sea nada despreciable, donde la hipótesis de la RSE como mecanismo de financiación de bienes públicos presenta en principio mayores alicientes es asociada a las externalidades negativas.

Los bienes públicos implican fallos de mercado que impiden que las empresas actúen sobre las puras fuerzas del mercado produciéndolos (bien porque no existen los precios, o no pueden convertirse en un elemento para optimizar las decisiones de los agentes). De ahí que la solución arbitrada para su provisión haya sido internalizar las externalidades, bien a través de un impuesto pigoviano o tasa para las empresas generadoras de la externalidad negativa; bien en la introducción de regulación, a través de la distribución de derechos de propiedad y la consecución de acuerdos privados eficientes entre las partes; y en otros casos, mediante la capacidad de los distintos actores de comprometerse de forma efectiva y eficiente en una acción colectiva (Jacquet y Marnisse, 2006).

Cada una de estas soluciones tiene una problemática distinta. El establecimiento de un impuesto funciona cuando son muy numerosos los individuos afectados por el problema y el valor del impuesto es igual al coste marginal externo (CmgE), esto es, el costo que ocasiona a terceras personas, por ejemplo la contaminación, al producir la empresa una unidad adicional del bien, calculándose su magnitud en base a la pérdida de valor que genera en otros bienes. Sin embargo, el diseño de un impuesto presenta varios problemas: en primer lugar, su legitimidad necesita de una clara

atribución de responsabilidades por daños; resulta además difícil determinar el coste de la externalidad negativa; y finalmente, aunque sirva para disminuir las externalidades negativas, *a priori* no resuelve el problema de la ineficiencia privada.

Por su parte, el supuesto de la atribución de derechos hace referencia a un esquema institucional que funciona como lo haría el mecanismo de precios o la creación de empresas, como un instrumento de coordinación de la actividad económica. Frente a la solución pigoviana del impuesto, Coase puso de manifiesto la importancia de los arreglos institucionales a la hora de analizar la actividad económica. Si consideramos los efectos perjudiciales de la actividad productiva, es posible gestionar estas externalidades para maximizar el valor de la producción, teniendo en cuenta que tanto la intervención —estatal o privada sobre ellas— como la ausencia de acción conlleva sus costes.

Coase partía de dos supuestos. El primero, un mundo irreal, con costes de transacción nulos y el segundo con costes de transacción positivos. Si en una situación de costes de transacción nulos las negociaciones entre las partes conducirían a efectuar aquellas transacciones que maximicen la riqueza —y ello sin tener en cuenta el estado inicial de la asignación de derechos—, cuando los costes de transacción son positivos, la asignación o distribución de derechos, implicaría un mecanismo de arreglo institucional y por tanto, de reducción de los costes de transacción.

Siguiendo el esquema de Coase, en el supuesto de costes de transacción positivos, lo que se intercambia en el mercado no son entidades físicas, sino los derechos para realizar ciertas acciones; y los derechos de los individuos vienen establecidos por el sistema legal. En un mundo real con costes de transacción positivos, la determinación de los derechos y deberes de los



COLABORACIONES

operadores económicos, determina en gran medida el funcionamiento del sistema económico y los correspondientes costes de transacción. De ahí que la asignación o distribución de estos derechos a quienes sean capaces de ejercerlos de forma más productiva —junto con los incentivos para que así sea— a través de leyes eficientes contribuirían a unos costes de transacción bajos. En este sentido, —y con costes de transacción positivos—, la elección legal minimiza los efectos de estos costes, al mismo tiempo que implica en sí misma costes de transacción, así como las elecciones ineficientes provocadas por el elección de uno u otro sistema legal. Por consiguiente, el cambio en la determinación de la responsabilidad conlleva variaciones en la demanda de los factores de producción y a un cambio en la distribución de los recursos, de ahí la importancia del *análisis coste-beneficio*.

El teorema de Coase sólo funciona cuando están involucrados un pequeño número de individuos, pues de otra manera sería muy difícil identificar dónde se origina el daño o la externalidad negativa y cómo se distribuyen sus efectos. Los costos de transacción requeridos han de ser relativamente bajos a partir de la valoración entre los efectos de las externalidades negativas y los costos operativos de los acuerdos. Además, en el caso de los bienes públicos, en ocasiones resulta muy difícil definir los derechos de propiedad (bien por su intangibilidad, bien por su dimensión transnacional que los aleja de un ámbito jurisdiccional nacional). Así, por ejemplo una de las principales dificultades para el cumplimiento del Protocolo de Kyoto estriba en el control de las posibles deserciones por los Estados firmantes.

A pesar de la incuestionable validez de estas soluciones, la creciente interdependencia en la provisión y demanda de bienes públicos, ha determinado que se ape-

le cada vez más, en unos casos, a la coordinación de los organismos e instituciones internacionales cuando el ámbito de la cobertura y los efectos de los bienes públicos (estabilidad financiera, gestión ambiental, promoción de la educación o la salud) exceden a la jurisdicción nacional. En otros supuestos, la acción empresarial constituye un marco institucional necesario para gestionar la provisión de aquellos bienes y con grandes potencialidades para mejorar su oferta, complementando a la acción gubernamental y de otros actores sociales. Además, si atendemos al hecho de que la mayor parte de los bienes y actividades económicas tienen características compartidas de bienes públicos y privados, el nivel de intervención vendrá en gran parte determinado por las características técnicas de los bienes públicos (3). De ahí que sea necesario explorar *una tercera vía*, un marco de análisis para la asunción de criterios sociales o medioambientales en la actividad económica, que siguiendo la línea de análisis coasiano, habremos de situar en el marco institucional del proceso de intercambio comercial, pero afectando ahora, no a los derechos de propiedad, sino a los incentivos específicos para producir bienes públicos —o internalizar las externalidades— y a los costes de transacción.

Concretando un poco más, ¿qué papel tendrá la empresa en la provisión de bienes públicos y en la internalización de externalidades? La respuesta vendrá determinada fundamentalmente por lo que Marín y García-Verdugo (2003) han llamado los tres déficit en la gestión de los bienes públicos: déficit jurisdiccional, déficit participativo y déficit de incentivos, aplicándolos en nuestro caso al ámbito empresarial.

(3) Como veremos, el marco de la RSE la hace especialmente idónea en una definición más reducida (pragmática) de los bienes públicos, limitando su ámbito de actuación a aquellos casos en los que las características técnicas de las externalidades hacen difícil la asignación de los derechos de propiedad o cuotas.



COLABORACIONES

Dos cuestiones resultan determinantes a la hora de elucidar la influencia de una jurisdicción determinada. En primer lugar, el análisis del coste-beneficio, cuya dificultad dependerá del ámbito geográfico del bien público. Así, no será lo mismo el reparto de costes en bienes públicos globales que en otros de dimensión local o nacional. Un buen ejemplo lo constituye la lucha contra el calentamiento global: resulta difícil la estimación de costes y beneficios, documentar los *trade-offs* entre los efectos a corto y largo plazo, aportar argumentos para la acción inmediata a pesar de los costes de la incertidumbre, los beneficios a largo plazo y el reparto de las cargas entre los países desarrollados y no desarrollados (Jacquet y Marniesse, 2006).

Este mismo criterio de eficiencia aconseja aplicar el criterio de subsidiariedad, aminorando los costes de transacción logrando que la suma de los beneficios marginales sean iguales a los costes marginales de la producción del bien (4).

En segundo lugar, el déficit de participación nos remite al protagonismo de la empresa y el consumidor como actores en la provisión de bienes públicos. Desde este punto de vista, las empresas, en tanto que productoras de bienes y servicios, ayudan a modular las preferencias colectivas, movilizándolo al mismo tiempo a los consumidores y creando una voluntad de «pago» por estos bienes y servicios. La especialización de la empresa será determinante para la determinación de los incentivos en la internalización de las externalidades o en la provisión voluntaria del bien. Desde otra perspectiva, la propia naturaleza del bien público, o su grado de pureza determina si y cómo el sector privado participará

(4) Mientras que algunas externalidades son difíciles de controlar o tratar a nivel nacional o local, otras no. Por ejemplo, la lucha contra el calentamiento global es difícil de abordar a escala local o nacional. Lo mismo ocurre con la estabilidad financiera internacional, la seguridad internacional, o la lucha contra el sida.

en la provisión del bien. Tanto por especialización como por ámbito geográfico, cuanto mayor impacto tenga la acción de la empresa sobre el bien público, los incentivos para actuar serán mayores.

Finalmente, la creación de incentivos nos remite a un marco institucional que modifique las reglas *no esenciales del juego* (Marín y García-Verdugo, 2003) transformando el contexto en el que se toman las decisiones, motivando a los agentes empresariales, reduciendo los costes de transacción, mejorando la información para alterar la ordenación de preferencias de los individuos, y favoreciendo la emergencia de grupos privilegiados. En definitiva, estamos hablando de la inserción de la RSE en el mercado y su valoración como intangible. Surgen aquí dos tipos de cuestiones previas:

a) Independientemente de su provisión privada de forma individual o cooperativa, esta solución privada no está exenta de dificultades, ya que los mecanismos pro-cooperativos (voluntarios y/o interactivos), considerados en sí mismos, tienen todas las características de los bienes públicos puros, ya que proporcionan unos beneficios no exclusivos y no rivales a todo el colectivo. Por tanto, la provisión de los bienes públicos por la empresa se enfrenta a su propio dilema del prisionero y a los *free riders*. La solución a este problema vendrá dada por el desenvolvimiento de los incentivos dentro del mercado.

b) Según esto, ha de perfilarse un sistema de incentivos que refleje en la medida de lo posible el reparto de costes asumidos por cada agente (definición de RSE como externalidad) o bien que promueva un aumento en el beneficio marginal de la empresa (definición de RSE en sentido amplio). En el primer caso estaremos ante una RSE de corte reactivo relacionada con la tecnología de producción del bien y el análisis del coste-beneficio, frente a



COLABORACIONES

una RSE proactiva en el segundo, afectando tanto a los incentivos externos como internos de su producción.

3. El mercado de la RSE

Por definición, los bienes públicos implican fallos de mercado que impiden que las empresas actúen sobre las puras fuerzas del mercado produciéndolos. Concebidas las externalidades y los bienes públicos como fallos de mercado, esto es, como situaciones en las que los precios o no existen, o no son capaces de transmitir el conjunto de la información relevante para la decisión optimizadora de los agentes, la «creación de un mercado de la RSE» no deja de ser un contrasentido.

Las características técnicas fundamentales de los bienes públicos son la no rivalidad y la no exclusión. Por un lado, cada consumidor puede consumir tanto como desee sin disminuir la cantidad disponible para otros (no-rivalidad). Hay un coste marginal cero en permitir que otros disfruten de los beneficios de un bien público. Al mismo tiempo, su consumo no permite la exclusión de los beneficios, por lo que el bien público no será producido de forma privada en un mercado competitivo; los individuos confiarán en que serán otros los que paguen para que puedan disfrutar así de forma libre de sus beneficios.

Dadas las características de los bienes públicos, cada consumidor trata de ocultar sus preferencias para eludir el pago del bien, al mismo tiempo que la no rivalidad implica que no existe correspondencia entre el esfuerzo reclamado y el beneficio privado derivado del consumo; en consecuencia, es difícil fijar un precio en el mercado que financie la provisión. En este contexto, si se concibe la RSE como mecanismo de financiación de los bienes públicos, ¿dónde se situaría el precio marginal de un determi-

nado bien público afectado? ¿cuáles serían los mecanismos para determinar la óptima provisión de un bien público?

Nosotros partimos de la hipótesis de la sustitución del precio por los incentivos, como mecanismo de coordinación de este mercado de la RSE. En este contexto, el marco idóneo para la instauración del mercado de la RSE sería el de un mercado de bienes y servicios en competencia, donde una vez desechada la opción de la definición de los derechos de propiedad, los incentivos funcionarían como elementos de coordinación de la actividad económica, siendo necesario reforzar la transparencia del marco regulador y del sistema que refleje con mayor o menor acierto las preferencias de los agentes.

En este sentido resultan muy reveladores los datos facilitados por el trabajo de la Comisión Europea «European SMEs and Social and Environmental Responsibility» (2002) donde se citan como obstáculos para la asunción de prácticas de RSE por las Pyme los indicados en el Cuadro 1.

Pero no sólo la falta de información sobre los beneficios de la RSE para la gestión empresarial resulta abrumadoramente mayoritaria por parte de los empresarios sino que la presión de terceros representa un ínfimo porcentaje en la motivación para estas prácticas:

A la postre, y con la salvedad de los casos de intervención gubernamental que se citarán más adelante, el reforzamiento de la transparencia del marco regulador y el libre flujo de información sobre las preferencias de los demandantes de bienes públicos, tendrá su origen en la propia iniciativa empresarial. Al propio tiempo, la inserción de la RSE en una estructura óptima de incentivos, proporcionada por el mercado, permitirá matizar los problemas de *free-riding* y de actuación colectiva. Una taxonomía de los elementos necesarios para que las empresas se impliquen



COLABORACIONES

CUADRO 1
 OBSTÁCULOS PARA LA ASUNCIÓN DE PRÁCTICAS DE RSE

Variables	Tamaño de la empresa			
	0-9	10-49	50-249	Total
Nunca pensó en ello.....	25	19	18	24
No relacionada con las actividades de la empresa.....	17	17	20	17
No se esperan beneficios de ello.....	8	9	13	8
Falta de tiempo.....	18	21	21	19
Falta de dinero.....	16	12	11	16
Falta de apoyo público.....	1	3	0	1
Otras razones.....	13	12	10	13
No sabe/no contesta.....	2	8	8	3
TOTAL.....	100	100	100	100

* Datos referidos a Pyme que no participan en actividades de RSE.

Fuente: *European SMEs and social environmental responsibility (2002). Comisión Europea.*

 CUADRO 2
 MOTIVOS PARA LAS PRÁCTICAS DE RSE

	Porcentajes
Ética y religión.....	55
Mejorar las relaciones con la comunidad y el gobierno.....	33
Mejorar la lealtad de los clientes.....	26
Mejorar las relaciones con socios e inversores.....	15
Mejorar la satisfacción laboral.....	14
Mejorar el desempeño económico.....	13
Aplicar códigos de conducta.....	8
Presión de terceras partes.....	4
Incentivos públicos.....	4
Otros.....	6

Fuente: *European SMEs and social environmental responsibility (2002). Comisión Europea.*



COLABORACIONES

 CUADRO 3
 MARCO INCENTIVADOR DE LA RSE

Tecnología de provisión.....	Grado de pureza del bien Tecnología de agregación Proceso de producción
Reglas institucionales (interacción estratégica).....	Contexto de competencia (economía de mercado, reciente liberalización, economía regulada) Marco regulatorio de RSE y política fiscal Acceso a los mercados Acceso al capital Presión de <i>stakeholders</i>
Elementos internos de gestión empresarial.....	Reducción de costes operativos Aumento de calidad del producto o servicio Control del riesgo Reputación empresarial

Fuente: *elaboración propia.*

en una solución voluntaria o cooperativa permite ubicarlos en tres grandes grupos: la tecnología de provisión adecuada para cada bien público, las reglas institucionales o constitutivas del juego que ordenan la interacción estratégica, y elementos internos de gestión de la empresa.

a) Tecnología de provisión: las características de los bienes públicos determinan

la tecnología más apropiada para su producción. El grado de pureza de un bien, su tecnología de agregación y si su producción es discreta o continua, el número de empresas que comparten ese bien, y los costes y beneficios resultantes para las empresas, determinarán si el sector privado participará en su provisión y si se repartirán o no los costes, así como los posibles pro-

CUADRO 4
 FUENTES DE FINANCIACIÓN DE LOS BIENES PÚBLICOS

	Grado de pureza del bien	Tecnología de agregación	Ejemplo	Proceso de producción	Incentivos de financiación
Corrección de externalidad	Puro	Suma simple	Lucha contra el cambio climático	Discreto	Financiación pública, privada, partenariado Mecanismo de incentivos con capacidad de control (impuesto); recursos públicos a largo plazo dedicados a compensaciones y apoyo a la innovación.
		Suma ponderada <i>Weakest link</i> <i>Best shot</i>		Continuo Binario: entre una contribución max-min.	Exigen financiación a largo plazo, sostenida. En el caso de externalidades positivas se necesitarán más incentivos (intervención pública). Necesaria coordinación entre actores Favorece todas las formas de financiación Necesaria coordinación y análisis coste-beneficio para crear incentivos y medidas de compensación Necesita coordinación e intervención pública Posible intervención de MNEs Producción por el líder. Dependerá del cálculo coste beneficio. Vendrá determinada por la especialización de la empresa. MNEs
	Impuro	Suma ponderada	Protección de pesquerías Lucha contra la lluvia ácida		Recursos públicos a largo plazo dedicados a compensaciones y apoyo a la iniciativa privada Discreta financiación por nación líder Cierta coordinación o centralización de la acción para ser realizada de forma más efectiva Con rivalidad: se precisa la definición de los derechos de uso Con exclusión: participación pública-privada
Producción de bienes o servicios	Puros	Suma simple	Especies en peligro de extinción Protección del patrimonio Campañas de vacunación		Financiación discreta, masiva y a largo plazo Dependiendo de la ratio interés nacional-interés global, la financiación global o nacional con participación pública o privada. Dependiendo del grado de urgencia de la financiación se recurrirá a fondos públicos, o diversos grados de partenariado público-privados. Se necesita coordinación para evitar dispersión de esfuerzos. Empresas líderes (con recursos masivos o discretos) tendrán potencial de financiación
		<i>Best shot</i>	Vacuna contra el sida		Empresas líderes y partenariados públicos privados
		Suma ponderada	Investigación		Financiación voluntaria y a largo plazo. Posible estructuras de club. Dependiendo del grado de emergencia, mayor o menor participación de recursos públicos
	Impuros	Suma simple	Diseminación de información Escudos antimisiles		Financiación por actores privados. Financiación pública limitada y orientada a asegurar el acceso al bien y evitar la producción subóptima.
	Bienes de club	Suma simple <i>Best shot</i> Suma ponderada	Construcción de canal Laboratorio dedicado a pandemias Intelsat		

Fuente: Adaptado de Sandler (2001).



COLABORACIONES

blemas de actuación colectiva (dilema del prisionero). Todos estos elementos ayudarán a determinar qué tipo de bien quiere producir la empresa. El punto de partida para el diseño de estrategias de RSE, inclu-

yendo la correspondiente estructura de incentivos, es saber con claridad qué tipo de bien quiere producir la empresa.

En el Cuadro 4 hemos sistematizado las fuentes de financiación pública o pri-

vada de los bienes públicos conforme a sus características.

En primer lugar, y atendiendo al ámbito geográfico los bienes públicos podrían dividirse en bienes públicos globales y bienes públicos de ámbito más reducido, local, nacional o regional. En este sentido hay que tener en cuenta que a mayor ámbito geográfico *a priori* existen mayores posibilidades de comportamientos oportunistas, por la menor coerción que ejercen los actores al quedar fuera de sus respectivas jurisdicciones. En este sentido, resultan ilustrativas las acusaciones de corrupción, violaciones de derechos laborales, o daño medioambiental que de forma recurrente se vierten sobre empresas multinacionales con actividades deslocalizadas en países con menores estándares de protección laboral o medioambiental. Esta misma relación de proporcionalidad se observará respecto a la dimensión intergeneracional de los efectos de los bienes públicos.

Una segunda tipología distinguiría entre bienes públicos que responden a una regulación de las externalidades o a la producción de bienes y servicios adicionales. Cuando las externalidades pueden ser internalizadas, un bien público puede ser financiado por los consumidores (o productores) a través de mecanismos que asuman los costes (o beneficios), especialmente en términos de cambios de comportamiento en la provisión de esos bienes. Tanto en el caso de las externalidades positivas como negativas, se necesitan incentivos adecuados para compensar los costes. Por ejemplo, en el Protocolo de Kyoto una serie de incentivos establecidos permite incentivar a los actores privados en el ahorro de emisiones de gases de efecto invernadero más allá de los impuestos y la regulación. Por su parte, la producción adicional de bienes públicos exigirá un mayor esfuerzo financiero. En este sentido, el

proceso de producción de bienes y servicios tendrá gran relevancia: si se trata de bienes discretos —intervenciones de emergencia, campañas de vacunación, rehabilitación del patrimonio histórico— su producción dependerá de una intervención inmediata y de gran disponibilidad de fondos mientras que los bienes continuos —aquellos que dependen de todas las contribuciones de los actores— exigirán una financiación sostenida, previsible y descentralizada (Barret, 2006).

En tercer lugar, podríamos distinguir entre bienes públicos puros e impuros (5). Un bien puro combina no rivalidad con exclusión. En estos supuestos el *free-riding* es el mayor riesgo para los bienes públicos puros: todos son libres de beneficiarse del bien, pero nadie tiene interés en financiarlo. En este caso, se exige una acción pública deliberada. Los bienes públicos impuros exhiben rivalidad o exclusión de forma parcial. Según Sandler (2002) desde el punto de vista de la financiación podemos extraer estas conclusiones: la posibilidad de al menos una exclusión parcial invita a la participación privada. Además, la posibilidad de exclusión total o parcial de tipo club abre la vía para la financiación (y una producción independiente) por el sector privado. Conforme al grado y a los costes de exclusión, la acción pública podría asumir parte de la producción para proveer mayores posibilidades de consumo.

(5) Bienes públicos puros son aquellos que presentan las características de no rivalidad y no exclusión. Tal es el caso de la defensa nacional. El consumo por parte de una persona no limita el consumo por parte de otra y al mismo tiempo, el nivel de oferta de ese bien es el mismo para todos los individuos. En el caso de los bienes no rivales y exclusivos, por ejemplo una autopista de peaje, se trata de bienes o servicios disponibles para determinados usuarios y no rivales hasta cierto nivel de uso. Finalmente, la pesca en aguas internacionales sería un caso de bien rival no exclusivo. Las aguas internacionales son de libre acceso pero la pesca constituye un bien rival en la medida en que la captura por un barco disminuye la disponibilidad de pesca para otros.



COLABORACIONES

Por último, la tecnología de agregación también permite distintas perspectivas. Hirshleifer (1983) distingue cuatro formas básicas para proveer un bien público que se diferencian según la agregación correspondiente, esto es, la conjunción de las contribuciones de diferentes actores en la provisión de ese bien (empresas, Estados, organizaciones):

— Agregación aditiva o de suma, donde las contribuciones de los particulares para el bien público se suman para formar la oferta total de este bien. Por ejemplo, producción de gases de efecto invernadero.

— Agregación del uso más eficiente (*best-shot*): la contribución mayor determina el punto máximo total del bien público que se encuentra disponible. Por ejemplo, investigación más avanzada en una enfermedad.

— Agregación del miembro más débil (*weakest link*): caso contrario al anterior. La menor contribución determina el punto máximo total del bien público. El caso más paradigmático es el de la lucha contra una epidemia. El país que menos contribuya a su erradicación es el que determinará en definitiva, el riesgo de extensión de la epidemia.

— Agregación de la suma ponderada (*weighted sum*): las contribuciones de todos los agentes se suman pero el peso de cada contribución individual es diferente. Los efectos de la lluvia ácida o del cambio climático no serán homogéneos entre todos los países contribuyentes sino que dependerá de su ubicación geográfica.

Pues bien, en los casos de tecnología de suma, y suma ponderada, la cuestión no es quién deberá proveer el bien sino lo decisivo será determinar los incentivos que identifiquen la implicación del agente sobre el que descansa la contribución más importante (Alonso, 2005). Así cuando los bienes públicos son producidos por agregación es muy frecuente que haya

problemas de actuación colectiva, derivadas del *dilema del prisionero* —en las que una empresa espera a que otras lo produzcan—, o el *juego del cobarde* —en la que alguna empresa amenaza con no contribuir a la provisión de un bien público con la esperanza de que otras hagan una mayor contribución de la que aquellos podrían beneficiarse sin coste—. Para superar estos problemas se trataría de valorizar la RSE como un recurso estratégico.

En los supuestos de producción por el líder o agente más capaz (*best shot*), un simple cálculo de coste-beneficio establece un incentivo para actuar en solitario como líder, a pesar de esfuerzos posteriores por compartir costes. Este supuesto nos remitiría a la participación de las empresas multinacionales o con una posición de relativa hegemonía en el mercado. Sin embargo, la contrapartida sería el riesgo de imposición de un modelo dominante e inapropiado en la provisión de bienes públicos (Marín Quemada). Del mismo modo, una tecnología de agente menos capaz (*weakest link*) nos remitiría a la acción de empresas multinacionales, siendo las Pyme candidatos idóneos para los supuestos de tecnología aditiva de suma o suma ponderada.

En este sentido, se recomienda la adopción de políticas gubernamentales incentificadoras o promotoras cuando la tecnología sea del agente menos capaz, donde una mejora en la redistribución de recursos favorece las soluciones cooperativas (Alonso, 2005), mientras que una redistribución hacia los más dotados aumenta las posibilidades de acción colectiva cuando la tecnología sea de agente más capaz. Desde este punto de vista, la eficacia de políticas fiscales o medidas regulatorias en general, será inversamente proporcional cuando la tecnología sea agregativa.

b) Reglas institucionales: las acciones pro-cooperativas dependen siempre de las reglas del juego determinadas por el



COLABORACIONES

contexto jurídico y económico de un país. Las oportunidades empresariales para contribuir a la provisión de bienes públicos no son las mismas en un contexto de competencia que en uno de reciente liberalización, centralización, o en casos de nacionalización.

El marco regulatorio constituye también un poderoso incentivo. Las estrategias de cumplimiento de estándares mínimos de RSE benefician las empresas evitando los riesgos de sanciones por incumplimiento y reduciendo las potenciales pérdidas financieras asociadas a daños en su reputación corporativa.

Esta tendencia resultará no sólo en normas más estrictas sino también en iniciativas basadas en el mercado (impuestos por contaminación, licencias medioambientales, o incentivos en compras públicas, etcétera). En este contexto, las empresas que estén involucradas en actividades de RSE tienden a mejorar su capacidad para anticipar y ajustar los modelos de negocios a los posibles cambios en los marcos regulatorios, beneficiándose de una mejor capacidad para competir en el mercado. A la postre, en un contexto de competencia, la valorización de la RSE como activo intangible de la empresa, implicará una interacción donde se fomentarán progresivamente los comportamientos cooperativos y solidarios.

Desde esta perspectiva, y frente a los que abogan por una RSE exclusivamente privada, la intervención gubernamental a través de premios, medidas fiscales, etcétera actuará como estimulante de la iniciativa privada.

Otra serie de incentivos, apuntados por el Fondo Monetario Internacional en su documento «*Possible role of the Multilateral Investment Fund in the area of Corporate Social Responsibility (CSR)*» serían el acceso a los mercados y el acceso al capital. Como hemos señalado antes, las estrate-

gias de RSE pueden constituir una oportunidad o un condicionante para que las empresas exportadoras participen en el comercio internacional. Las tendencias globales hacia la integración de los mercados y los acuerdos de libre comercio apoyan la ratio de iniciativas a favor de la RSE. Estas iniciativas pueden potencialmente ayudar a las empresas a obtener la «licencia para operar» conforme a las altas exigencias de los mercados en el mundo desarrollado, colocando a las empresas domésticas en la región en una posición competitiva a nivel internacional. Así, el análisis de las políticas de RSE aparece ligado a cuestiones de política comercial.

Por otra parte, las prácticas de RSE están comenzando a ser iniciativas empresariales estratégicas para las pequeñas y medianas empresas domésticas que comercian con las empresas multinacionales, cada vez más responsables de las prácticas empresariales que tienen lugar en sus cadenas de suministro.

Por último tendríamos el acceso al capital. La inversión socialmente responsable (ISR) puede y debe convertirse en un instrumento que mejore el acceso al capital de las empresas con buenas prácticas. Por ejemplo, el Reino Unido realizó una enmienda en 1995 a la *Pensions Act* que exige que los fondos de pensiones muestren si tienen en cuenta criterios éticos, sociales y medioambientales, regulación que ha promovido positivamente los fondos de pensiones en este país.

Finalmente, a medida que se generalicen las prácticas responsables en las empresas, y su conocimiento por los grupos de interés, aumentará la presión de los *stakeholders*: la sociedad civil (medios, ONG, académicos, y asociaciones laborales y de consumidores), inversores responsables, gobiernos (a través de la regulación, impuestos y multas), organizaciones internacionales (normas comerciales, códigos de



COLABORACIONES

conducta, ayuda condicionada), grandes empresas (cadena de suministro), y mercados financieros.

La RSE, entendida como gestión de las externalidades, ha de tener presente en todo momento estas relaciones recíprocas, que han de entenderse como la identificación de los grupos de interés por una parte, y los incentivos e instrumentos de gestión, de otra. Sin estas correlaciones, la RSE estará abocada al fracaso. Así por ejemplo, los incentivos han de entenderse no sólo para los empresarios, sino también para todos los que se relacionan con la compañía: para el cliente, atendiendo a su demanda ofreciendo precios competitivos y bienes y servicios de calidad; para los proveedores, pagando precios justos por sus productos o servicios sin abusar del poder de mercado, y para los empleados, preservando y creando empleo, pagando salarios justos y dando formación, estabilidad y motivación.

Según esto, «el concepto de empresa sostenible —¿o creación de valor sostenible?— se refiere esencialmente a la evidencia de que a largo plazo los resultados empresariales mejoran si se mantienen relaciones no oportunistas con los diferentes grupos de interés que concurren en la actividad empresarial: empleados, clientes, proveedores y comunidades sociales en donde opera» (6).

c) Las motivaciones internas para que las empresas se comprometan en actividades de RSE están representadas por los beneficios de eficiencia (*efficiency gains*) que se asocian generalmente a la productividad:

— Reducción de los costes operativos a través de actividades de ecoeficiencia (reducción de residuos e ineficiencias, y mejora de la productividad) y reducción de

los costes operativos a través de recursos humanos y gestión organizativa de salud y seguridad, especialmente en industrias intensivas en trabajo. Determinados beneficios empresariales derivan de la mejora de las condiciones del lugar de trabajo como el aumento de la capacidad para atraer y retener a los empleados, menores costes en contratación de personal y formación, menos absentismo y riesgo de pleitos laborales, menos pérdidas operativas y costes legales por daños e incumplimiento de las normas de seguridad, y aumento de la productividad a través de la satisfacción de los empleados y la motivación.

— Aumento de la calidad del producto o servicio y control de la gestión del riesgo. Los esfuerzos por mejorar las condiciones de trabajo, mejores prácticas de gobernabilidad, reducción del impacto medioambiental, y mayor involucración de los empleados en la toma de decisiones llevan a identificar y mitigar los potenciales riesgos operativos así como a la mejora de la calidad de los productos y procesos operativos.

— Reputación corporativa: emerge en sí misma como un valor intangible más allá del metaconcepto de responsabilidad social. Como un supuesto particular, merece la pena destacar el supuesto de la constitución de clubes, que representan soluciones institucionales para restringir las condiciones de uso del bien público a un grupo de usuarios de tal manera que los que se benefician más pagan una mayor parte de los costes. Por ejemplo, cámaras de comercio, asociaciones, gremios, clubes de excelencia.

3.1. La determinación de la oferta

¿Cómo se pueden pues, internalizar estas externalidades en la función de decisión de quién los genera?



COLABORACIONES

(6) Lafuente, A, «La crisis de la creación de valor», p.8, en *Responsabilidad Social Corporativa. Recopilación de artículos 2001-2004*, Fundación Ecología y Desarrollo.

En primer lugar, la decisión sobre *qué tipo* de bien público producir dependerá en gran medida del ámbito de actividad de la empresa, y de sus capacidades de financiación (Cuadro 4), en el bien entendido que no todo bien público debe ser producido, sino que es necesario asumir los costes y beneficios que comporta su producción.

Desde el punto de vista de los *agentes*, la voluntad a pagar introduce una dimensión distinta para las Pyme y las MNE (Empresas Multinacionales) en la provisión de los bienes públicos. Un número creciente de problemas internacionales están relacionados con la incapacidad de los gobiernos nacionales para hacer frente a la provisión de bienes públicos. Las empresas multinacionales tendrán un papel fundamental en su provisión. Por otra parte, los bienes públicos con beneficios a lo largo del tiempo son menos valorados para las Pyme que para las MNE.

El sector público siempre tendrá reservado un papel en la provisión de bienes públicos, no sólo encargándose de su producción cuando falle la participación privada o ésta resulte insuficiente sino para introducir los incentivos necesarios para su financiación por los beneficiarios potenciales (los tradicionales roles de promotor, facilitador, asociativo y obligatorio) (7). Así podrían citarse los siguientes casos:

1. Pagos compensatorios: cuando no es posible encontrar beneficios privados que aseguren la producción de un bien público, los pagos compensatorios implican transferencias para aquellos que sufren unos costes de producción mucho mayores que los beneficios públicos. Por

ejemplo, protección de propiedad intelectual, beneficios fiscales.

2. Producción conjunta de beneficios públicos y privados: esto es, en los supuestos en los que concurren beneficios públicos y privados. Por ejemplo, fijación de normas y estándares.

3. Producción *weakest link*: cuando el agente peor dotado sea una empresa y al Estado le interese respaldar al más débil.

4. *Best shot*: para evitar dispersión de esfuerzos.

3.2. La determinación de la demanda. El problema del consumidor

Hemos comentado que una de las características de los bienes públicos es la falta de voluntad a contribuir a su provisión, o dicho de otra forma, los consumidores de bienes públicos tienden a ocultar su voluntad a pagar a la espera de que el bien sea financiado por otros.

Esta circunstancia nos lleva a plantear dos tipos de consideraciones. Por una parte, en el caso de los bienes públicos, la falta de información sobre las preferencias de los consumidores redundará en la falta de transparencia del mercado, y cuestiona la validez de la metodología empleada en la mayoría de las encuestas de opinión sobre consumo ético.

Junto a ello, otro de los problemas fundamentales a los que se enfrenta la creación de incentivos en la RSE es la posición de *desequilibrio estructural* en la que con carácter general, se encuentra el consumidor respecto al productor o empresario. Esta observación es perfectamente trasladable a los *stakeholders* situados en los estratos inferiores de la cadena de producción. Veamos por qué.

Si tenemos en cuenta la función económica del consumidor y su posición estructural en el sistema de mercado de la



COLABORACIONES

(7) Ward establece estas cuatro categorías para los papeles del sector público en materia de RSE. Ward, H., «Public Sector Roles in Strengthening Corporate Social Responsibility: taking stock», World Bank, enero 2004.

competencia, la protección del consumidor sería objeto de la división económica del trabajo. El mercado se concebiría como un proceso de circulación y de intercambio de las mercancías organizadas, donde el consumo constituye el último eslabón en un sistema de producción y circulación basado en la división del trabajo, es decir, la utilización de las mercancías no como valores de cambio sino como valores de uso o consumo. Según esto, y en relación con la posición que ocupan las empresas, el consumidor se encontraría en una posición de subordinación estructural en el mercado, ya que, en contraposición a los operadores del mismo, los valores de uso son adquiridos por el consumidor para no volver a ser usados como valores de cambio, y por tanto, éste como simple adquirente de tales valores, no está en situación de poder ejercer poder de mercado alguno o, como mínimo, de poder organizar un «contrapoder» que actúe de forma más o menos duradera en el mismo.

Se apuntan diversas razones para ello: una podría ser la estructura atomizada del consumo en el proceso de circulación. Otra razón estribaría en la relativamente puntual cobertura o satisfacción de las necesidades que afectan al individuo consumidor. Una tercera podría encontrarse en la imposibilidad de organizar de forma duradera los intereses de los consumidores, contrariamente a lo que sucede con los intereses empresariales, de organización relativamente fácil.

El correctivo a tal desequilibrio estructural vendría dado por el esfuerzo de concebir y de situar a la RSE, no como un producto o servicio sino como valor de cambio. En este sentido, podemos traer a colación el informe de Forética «*Responsabilidad Social de las Empresas, 2004*» donde se aborda el problema de la información asimétrica entre consumidor y

empresa. Mientras que las empresas tienen una gran cantidad de medios para obtener información útil a la hora de analizar sus respectivos mercados (tamaño, tendencias de consumo, herramientas de segmentación de clientes, etcétera), los consumidores por su parte, carecen de medios, herramientas y en general, capacidad para evaluar o comparar las políticas y conductas de las empresas de las que son clientes. Además, la información, aunque cada vez de más fácil acceso, es de difícil interpretación. En ocasiones, se precisa de cierta cualificación técnica para poder diferenciar la calidad en la gestión de las empresas a base de criterios de RSE (8).

La constatación de esta evidencia es la que dio lugar al nacimiento del Derecho de protección del consumidor y que aboga nuevamente por cierto intervencionismo en la gestión y provisión de los bienes públicos, y por ende, de la RSE.

Pero al mismo tiempo, el principal problema para la empresa a la hora de diseñar una estrategia de RSE estriba en identificar las preferencias de los consumidores debido a los posibles comportamientos estratégicos de aquellos el caso de los bienes públicos. Así, existen dudas acerca de que el consumidor ético promoverá las prácticas de RSE. Confiar en la capacidad o actitud del consumidor para coadyuvar en el tránsito hacia una econo-



COLABORACIONES

(8) Esta misma confrontación existente en el mercado entre las esferas individual y colectiva la encontramos en la propia tradición de la protección jurisdiccional de los derechos humanos. El modelo liberal de sociedad de mercado establecía una clara distinción entre las esferas públicas y privadas, déficit que todavía hoy no se ha corregido. Y en este contexto de «doble barrera» (desequilibrio del mercado y jurisdiccional) para el acceso de los particulares a un ejercicio pleno de sus derechos en la esfera internacional, es donde hay que encuadrar las actuales iniciativas voluntarias de RSE. Chinkin, Ch., «The dualism between public and private spheres of activity has been identified as a key feature of classical, Western liberal thought», *EJIL*, 1999, vol. 10, n° 2, pp. 387-395.

mía socialmente responsable resulta demasiado optimista. La correspondencia entre actitud y comportamiento carece de soporte empírico y no está debidamente documentada.

El análisis del coste-beneficio para determinar la implicación de los consumidores en la compra de productos éticos y provisión de bienes públicos, se enfrenta al problema de la falta de información y de comportamientos oportunistas. Si se utiliza un problema de encuestas a los posibles usuarios, éstos tenderán a exagerar los beneficios del bien público para asegurar que el gobierno se encargue de producirlo, siempre que esas respuestas no puedan ser utilizadas para determinar la contribución de cada individuo a la provisión del bien (Marín y García-Verdugo, 2003) (9).

Son numerosos los trabajos que han evaluado la disponibilidad de los consumidores al consumo de productos éticos (10). Los estudios que se han realizado hasta el momento muestran un elevado grado de desconocimiento del término RSE que contrasta con una percepción social positiva de las actuaciones socialmente responsables de las empresas y con una disponibilidad a sustituir aquellos productos sin atributos sociales por otros, funcionalmente idénticos, pero éticamen-

te mejores. La mayoría muestra que los consumidores se preocupan por la gestión ética de los negocios, pero ofrecen en cambio datos que dan margen para la discusión.

Por una parte, algunas encuestas muestran que pocos consumidores sitúan a la ética en la cumbre de su lista de decisiones de compra. En un estudio de MORI sólo cerca del 5 por 100 de los consumidores son activos compradores de productos éticos (11); en una encuesta del *Institute of Grocery Distributors* se afirma que el 70 por 100 de los compradores de alimentos basan sus decisiones de compra en el precio o en el sabor pero no en la ética. Y para el grueso de nuestras decisiones de compra —desde los muebles, a las bicicletas o los juguetes—, no siempre hay una elección ética evidente (12).

En nuestro país, un estudio realizado por Fernández y Merino (13) muestra la existencia de demanda socialmente responsable así como cierta disponibilidad a pagar por productos éticos, a partir de las valoraciones obtenidas en un trabajo de campo basado en cuatro grupos focales y entrevistas a 54 individuos. Así, ante la pregunta de qué opinión les merecen las actuaciones socialmente responsables de las empresas, un 83 por 100 de la muestra contesta que su percepción es positiva mientras que el resto las valora negativamente y opina que únicamente constituyen una estrategia de *marketing*. Aunque un 93 por 100 piensa que la RSC es una estrategia de *marketing*, la mayoría considera que puede contribuir a mejorar el bienestar de la sociedad.

(9) Otro enfoque es olvidarse de las preferencias individuales y estimar los beneficios por métodos alternativos, para luego compararlos con los costes del proyecto. Por ejemplo, para estimar los beneficios de una nueva red de circunvalaciones en torno a una gran ciudad puede estimarse el tiempo ahorrado en atascos, traducirlo a unidades monetarias utilizando algún indicador del salario por hora de trabajo y sumar los beneficios derivados de la reducción de accidentes (Marín y García-Verdugo, 2003).

(10) Becker-Olsen, K., Cudmore, B.A., Hill, R.P., «The impact of perceived corporate social responsibility on consumer behaviour», *Journal of Business Research*, (2005); Carter, C., «Ethical issues in international buyer-supplier relationships: a dyadic examination», *Journal of Operations Management*, 18 (2000), 191-208; Klein, J., Dawar, N., «Corporate social responsibility and consumers' attributions and brand evaluations in a product-harm crisis», *International Journal of Research in Marketing*, 21 (2004), 203-217.

(11) MORI, *The Public's views of Corporate Responsibility*, 2003.

(12) Institute of Grocery Distributors, *Ethical Consumerism*, 2005.

(13) Fernández Kranz, D., Merino Castillo, A., ¿Existe disponibilidad a pagar por responsabilidad social corporativa? Percepción de los consumidores, *Universia Business Review*, Tercer trimestre, 2005.



COLABORACIONES

Cuando se les pregunta por su disponibilidad a pagar, un 89 por 100 del total sustituiría un producto ético por otro con las mismas características físicas siempre y cuando el precio fuera el mismo. Si, por el contrario, el precio del producto ético fuera superior, un 65 por 100 aceptaría pagar una prima adicional.

De los que estarían dispuestos a pagar, un 11 por 100 únicamente pagaría una prima adicional equivalente al 15 por 100 del precio del producto; un 78 por 100 pagaría una prima cercana al 5 por 100 del precio del producto y el resto pagaría una prima superior al 10 por 100. Estos valores sugieren una elevada disponibilidad a pagar por RSC y se asemejan a los resultados obtenidos en los dos estudios previos sobre el mercado español (así, los estudios de CECU, 2004 y Fundación Forética, 2004).

Sin embargo, estos autores constatan que desde el punto de vista técnico la elección de la metodología de preferencias debe evitar preguntar directamente a los consumidores sobre su disponibilidad a pagar ya que tienden a sobrevalorar las estimaciones, frente a aquellas encuestas en las que los consumidores se enfrentan a decisiones reales de compra (Auger, Devinney, y Louviere, 2004) y abogan por una metodología más sofisticada que obligue a los encuestados a realizar un *trade off* realista entre productos éticos y no éticos. Esto permitirá estimar, de forma fiable y rigurosa, la disponibilidad a pagar de los consumidores por las distintas conductas que definen la RSE (14).

(14) «Con esta información en la mano, podemos responder, de forma cuantitativa y fidedigna, a una batería de preguntas así como desarrollar un índice basado en la disponibilidad a pagar por las actuaciones socialmente responsables de las empresas: ¿cómo valoran los consumidores los atributos relacionados con la RSC? ¿cuánto están dispuestos a pagar por un atributo socialmente responsable?, ¿cuánto están dispuestos a pagar más por unas actuaciones socialmente responsables que por otras?, ¿valoran más las actuaciones socialmente responsables en algún sector específico?, ¿modifica el pre-

3.3. El equilibrio del mercado

La hipótesis de una definición amplia de RSE comprensiva de bienes públicos que tuviera en cuenta la eficiencia asignativa del mercado y la eficacia distributiva — en el sentido de decisión política sobre aquellos bienes que deben ser disfrutados por todos en un momento determinado y en la que influirán los posibles efectos intergeneracionales de los bienes públicos— tiene como consecuencia forzosamente una relativización de las condiciones de equilibrio en un mercado competitivo (15).

Al óptimo teórico, el nivel de producción debería ser tal que el coste de producción marginal fuera igual a la utilidad social adicional (la suma de la voluntad marginal de todos los individuos de pagar por el bien). Sin embargo, los fallos del mercado impiden que el modelo de competencia perfecta se realice en la práctica y puedan producir resultados alejados del óptimo.

cio del producto la disponibilidad a pagar por atributos socialmente responsables?», Fernández y Merino, *op. cit.*

(15) Teóricamente, en condiciones de competencia perfecta el equilibrio de un mercado competitivo de bienes públicos se produciría cuando se maximiza el bienestar de la sociedad en su conjunto ($BMgS=CMgS$), cumpliéndose dos condiciones:

- que el beneficio marginal de un bien para el conjunto de la sociedad ($BMgS$) sea el mismo que el beneficio marginal privado (BMg) de los consumidores de ese bien. Por tanto, la curva de demanda D del mercado representa tanto el beneficio marginal privado de los consumidores (BMg) como el de la sociedad ($BMgS$).

- que el coste marginal de un bien para la sociedad en su conjunto ($CMgS$) sea igual al coste marginal privado (CMg) soportado por los productores del bien. Por tanto, la curva de oferta O representa tanto el coste marginal privado de los productores (CMg) como el de la sociedad ($CMgS$). (Marín y García-Verdugo, 2003).

En síntesis, en un modelo de competencia perfecta los consumidores, actuando en su propio interés, igualan su coste marginal (el precio) a su beneficio marginal, y los productores, actuando también en interés propio, igualan su coste marginal con su ingreso marginal (el precio); cuando simultáneamente, los beneficios sociales y privados coinciden y los costes sociales y privados son iguales, el resultado es una producción eficiente para la sociedad en su conjunto.



COLABORACIONES

Así, concebida la RSE como mecanismo voluntario, tiene las características de un bien público puro —proporciona beneficios no exclusivos y no rivales a todo el colectivo— por lo que su establecimiento se enfrenta al propio dilema del prisionero. Cuando el bien es no rival los consumidores no tienen interés en revelar su voluntad de pagar.

Pero además, resulta difícil determinar la cantidad del bien pues, la interacción estratégica de los miembros de un colectivo conduce a un equilibrio subóptimo al contribuir cada individuo a la provisión del bien público sin tener en cuenta el beneficio marginal que sus aportaciones individuales proporcionan al resto de los miembros del colectivo (Marín y García-Verdugo, 2003).

En este sentido hay que tener en cuenta las observaciones de Andreoni (1990) y Sandler y Murdoch (1990) quienes analizaron el tema de los incentivos específicos y concluyeron que la presencia simultánea de beneficios públicos y privados elimina la no cooperación como estrategia dominante, aumenta el nivel de provisión del bien público y consigue que las cargas asociadas a la producción de estos bienes se distribuyan de acuerdo con los beneficios recibidos (Marín y García-Verdugo, 2003).

Ciertas teorías de la Psicología social y organizativa también vienen a confirmar que la elección del comportamiento está mediatizada por la percepción de la cooperación en materia de responsabilidad social (16). Concretamente, los trabajos de Schwartz (1970, 1977), de Schwartz y Howard (1982) señalan que la responsabilidad social sólo será evocada cuando la

gente interprete sus decisiones en términos de las consecuencias de su comportamiento frente a los demás. De forma similar, Schwart-Shea y Simmons (1995) sugieren que en situaciones de dilema social los miembros del grupo desearán cooperar cuanto más se centren en las consecuencias de su comportamiento para los otros miembros del grupo. Según Van Dijk (2005), para predecir la elección del comportamiento y los sentimientos de responsabilidad social uno debe ser capaz de predecir en qué medida los miembros del grupo evalúan sus acciones en términos de sus consecuencias para los otros. En el caso de los bienes públicos «*la medida en la que los miembros del grupo se sienten socialmente responsables para contribuir puede depender de la tendencia de estos miembros a evaluar sus decisiones en función de las consecuencias para los otros miembros del grupo*».

Según esto, si logramos valorizar la RSE como activo, se fomentarían los comportamientos cooperativos y solidarios. De ahí que las condiciones de equilibrio habrán de plantearse en términos más laxos que los establecidos en referencia al coste marginal y el beneficio marginal social y privado:

«El éxito y el fracaso no vienen determinados solamente por la provisión de un bien público: si el beneficio global de la provisión de un bien público binario es menor que el coste de suministro, su provisión empeoraría el mundo. El éxito significa la provisión de un bien público y que en consecuencia, el mundo se ve beneficiado. El fracaso implica la ausencia de provisión de un bien público, incluso aunque el mundo hubiera mejorado con su provisión.

Con los bienes públicos binarios, el éxito y el fracaso son bastante fáciles de entender. Con los bienes públicos continuos, aquéllos pueden ser más difíciles



COLABORACIONES

(16) Véanse entre otras las tesis de Enzle, Harvey y Wright, 1992; Fleishman, 1980, Kerr, 1992, Kerr y Kaufman-Gilliland, 1994, Messick y Brewer, 1983, Orbell y Dawes, 1981, Berkowitz, 1972, quienes consideran que el comportamiento cooperativo está relacionado

de identificar. El éxito casi siempre implica cierta cantidad de suministro, pero ¿cuánta? El fracaso lleva consigo escasa provisión, pero ¿cómo se cuantifica esa escasez? La referencia adecuada es la cantidad que maximiza un beneficio agregado al mundo.» (Barret, 2006).

Pero al propio tiempo, la construcción de la RSE entendida como reputación, es un bien público continuo que responderá a la interacción reiterada de los agentes. Ello nos remitirá a la RSE como un recurso organizativo de tipo intangible con vocación para convertirse en recurso estratégico.

4. Conclusión

La RSE ha de integrarse en el gobierno, estrategia y operaciones de la empresa. Las principales iniciativas internacionales en RSE aportan un catálogo indicativo de temas que pueden conformar una política de RSE pero resultan demasiado laxas y adolecen de un enfoque estratégico que garantice su sostenibilidad.

La inserción de la responsabilidad social empresarial como mecanismo de financiación de los bienes públicos determina que la responsabilidad social se dote de fuertes dosis de eficacia y pragmatismo, cuestionando no sólo el aislamiento de la iniciativa pública, que por fuerza ha de coadyuvar en la financiación de determinados bienes públicos allá donde no llega la iniciativa privada, sino que además una perspectiva de mercado maximiza la oportunidad de intercambios positivos entre la empresa y su medioambiente sociopolítico. En consecuencia, cuando se emplea una orientación basada en el mercado, los gestores pueden emplear un marco técnico que les ayude en sus decisiones corporativas y en el despliegue de recursos organizativos: técnicas de investigación de mercados,

análisis costes-beneficios y acercamientos de gestión de productos.

Agradecimiento

El presente trabajo fue beneficiario de una subvención de la Dirección General de la Economía Social, del Trabajo Autónomo y del Fondo Social Europeo del Ministerio de Trabajo y Asuntos Sociales, a quienes la autora quiere agradecer su contribución y sensibilidad hacia los temas de la Responsabilidad Social Empresarial.

Bibliografía

- [1] ACCOUNTABILITY (2002): *Accountability Primer: Socially responsible investment*. <http://www.accountability.org.uk/uploads-store/cms/docs/sociallyresponsibleinvestment.pdf>
- [2] ALONSO, J.A. (dir.) (2005): *International Public Goods for Economic Development: State of the Art*, informe promovido por la Organización de las Naciones Unidas para el Desarrollo Industrial (ONUDI) y elaborado por el Instituto Complutense de Estudios Internacionales, julio, Viena.
- [3] ANDREONI, J. (1990): Impure altruism and donations to public goods: a theory of warm-glow giving, *Economic Journal* 100, pp. 464-477., Oxford.
- [4] BANTEKAS, I. (2004): «Corporate Social Responsibility in International Law», 22, B.U. *Int'l. J.*, 309, pp. 309-347, Harvard.
- [5] BARNEY, J. (1991): «Firm Resources and Sustained Competitive Advantage», *Journal of Management (JofM)*, 17 (1), 99-120, The Netherlands.
- [6] BARRET, S. (2006): «Making International Cooperation Pay: Financing as a Strategic Incentive», en I. Kaul and P. Conceicao, *The New Public Finance*,



COLABORACIONES

- Oxford University Press, Oxford, UK, pp. 357-367.
- [7] BECKER-OLSEN, K., CUDMORE, B.A. y Hill, R.P. (2004): «The impact of perceived corporate social responsibility on consumer behaviour», *Journal of Business Research*, 074, The Netherlands.
- [8] CARROLL, A. (1979): A three-dimensional model of corporate performance. *Academy of Management Review* 4(4), 497-505, Lexington.
- [9] CLARKSON, M., (1995): A stakeholder framework for analyzing and evaluating corporate social performance. *Academy of Management Review* 20 (1), 92-117, Lexington.
- [10] CARTER, C.R. (2000): «Ethical issues in international buyer-supplier relationships: a dyadic examination», *Journal of Operations Management*, 18 191-208, Michigan.
- [11] CRAVENS, K., GOAD OLIVER, E. y Ramamoorti, S. (2003): «The Reputation Index: Measuring and Managing Corporate Reputation», *European Management Journal*, vol. 21, No. 2, pp. 201-212. France.
- [12] CERIN, P. y KARLSON, L. (2002): «Business incentives for sustainability: a property rights approach», *Ecological Economics*, 40 13-22, Netherlands.
- [13] CHINKIN, CH. (1999): «A critique of the Public/Private Dimension», *EJIL*, vol. 10, nº 2, 387-395, Oxford.
- [14] DIJK, VAN E. (2006): «Social dilemmas as strong versus weak situations: Social value orientations and tacit coordination under resource size uncertainty», *Journal of Experimental Social Psychology*, vol.42, iss. 4, pp. 509-516, Princeton.
- [15] DOANE, D. (2005): «Beyond corporate social responsibility: minnows, mammoths and markets», *Futures*, 37 (2005), 215-229, London.
- [16] FERNÁNDEZ KRANZ, D. y MERINO CASTELLO, A. (2005): «¿Existe disponibilidad a pagar por responsabilidad social corporativa? Percepción de los consumidores», *Universia Business Review*, Tercer Trimestre, Madrid.
- [17] FUNDACIÓN ECOLOGÍA Y DESARROLLO (2004): Informe Anual, Zaragoza.
- [18] FUNDACIÓN FORÉTICA, *Informe Anual*, 2004, Madrid.
- [19] GASPAS, A.K.: «Possible role of the Multilateral Investment Fund (MIF) in the area of Corporate Social Responsibility (CSR)», October 2003.
- [20] GRIBBEN, Ch., PINNINGTON, K. y WILSON, A.: *Government as partners. The role of Central Government in Developing New Social Partnerships*, The Copenhagen Centre, 2004.
- [21] HIRSHLEIFER, J. (1983): «From Weakest-Link to Best-shot: The Voluntary Provision of Public Goods», *Public Choice*, 41: 371-86, New York.
- [22] JACQUET, P. y MARNIESSE, S.: «Cross-cutting issues, de International Task Force on Global Public Goods», chapter 2, en *Financing Global Public Goods: Issues and Prospects*, 2006, <http://www.gpgtaskforce.org/>
- [23] KLEIN, J. y Dawar, N.: «Corporate social responsibility and consumers' attributions and brand evaluations in a product-harm crisis», *International Journal of Research In Marketing*, 21 (2004) 203-217, Netherlands.
- [24] KNOX, S. y Maklan, S. (2004): «Corporate Social Responsibility: Moving Beyond Investment towards measuring outcomes», *European Management Journal*, vol. 22, nº 5, pp. 508-516, Netherlands.
- [25] LAFUENTE, A., VIÑUALES, V., PUEYO, R. y Llaría, J. (2003): «Responsabilidad Social Corporativa y Políticas Públicas», Fundación Alternativas, *Documento de Trabajo* 3, Madrid.
- [26] LOZANO, J. M. et al. (2005): *Los gobiernos y la responsabilidad social de las empresas. Políticas públicas más allá de la regulación y la voluntariedad*, Madrid.



COLABORACIONES

- [27] MARÍN QUEMADA, J. M. y GARCÍA-VERDUGO SALES, J. (2003): «Bienes públicos globales, política económica y globalización», Madrid.
- [28] MUCHLINSKI, P. T. (2001): «Human rights and multinationals: is there a problem?», *International Affairs*, 77, 1, 31-48, London.
- [29] MURRAY, K. y VOGEL, CH. (1997): «Using a Hierarchy-of-Effects Approach to Gauge the Effectiveness of Corporate Social Responsibility to Generate Goodwill Toward the Firm: Financial versus Nonfinancial Impacts», *Journal of Business Research*, 38, 141-159, The Netherlands.
- [30] SAGASTI, F. y BEZANSON (2001): «Financing and Providing Global Public Goods: Expectations and Prospects», Report prepared on behalf of the Institute of Development Studies for the Ministry of Foreign Affairs of Sweden, Stockholm.
- [31] SANDLER, T. (2002): *On financing Global and International Public Goods*, School of International Relations, University of Southern California, Los Angeles.
- [32] SARAVANAMUTHU, K. (2004): «What is measured counts: harmonised corporate reporting and sustainable economic development», *Critical Perspectives on Accounting*, 15, 295-302.
- [33] UNEP/Sustainability, (2001): *Buried Treasure: Uncovering the Business Case for Corporate Sustainability*, Unep, Paris.
- [34] WAHRHURST, A. (2005): «Future roles of business in society: the expanding boundaries of corporate responsibility and a compelling case for partnership», *Futures*, 37, 51-168, London.
- [35] WARD, H. (2001): «Governing Multinationals: the role of foreign direct liability», *Briefing Paper, New Series*, The Royal Institute of International Affairs, n° 18, London.
- [36] WARD, H. (2004): «Public sector roles in strengthening corporate social responsibility: taking stock», World Bank.
- [37] ZADEK, S. (2002): 3rd Generation Corporate Citizenship.



 COLABORACIONES
