

Milton Friedman tiene razón, el beneficio es el único propósito de una compañía

Terence Corcoran, 18 de enero de 2019¹

1

Terence Corcoran se enfrenta a la creciente liga de críticos del economista Nobel, argumentando que las compañías que se centran en hacer que sus accionistas ganen dinero son justo lo que la sociedad necesita.



De forma inimitable, y con un giro sindical canadiense, Jerry Dias está en una mini-cruzada para derribar los cimientos del capitalismo corporativo moderno. A medida que el presidente de Unifor aumenta sus acciones contra General Motors Co. por su plan de cerrar la fábrica de ensamblaje de Oshawa, Ont., de la compañía automotriz, está poniendo en práctica algunas de las ideas del floreciente movimiento para reemplazar la maximización de las ganancias, con un enfoque más amplio que se centrará más en los empleados, las comunidades, los asuntos sociales, los impactos nacionales y las preocupaciones globales.

Al atacar las ganancias de GM y los cierres de plantas como manifestaciones de la codicia corporativa, Dias está promoviendo principios largamente defendidos por teóricos sociales y económicos que quieren reformar el modelo corporativo. En lugar de perseguir el interés de los accionistas en lograr ganancias cada vez mayores, como se alega que GM está haciendo, ellos creen que las corporaciones deberían adoptar propósitos y objetivos morales más altos.

En el otro extremo de la estructura de poder corporativo, pero en la misma página ideológica subversiva, se encuentra Larry Fink, director de BlackRock Inc, la mayor empresa de administración de fondos del mundo. "Las empresas tienen un propósito social", ha dicho. Al parecer, los gobiernos ya no son capaces de proteger el medio ambiente, lograr la equidad social, aliviar la pobreza y resolver problemas sociales más amplios.

¹ *Financial Post.*

En una nueva carta a los principales ejecutivos del mundo, publicada el jueves, Fink pareció estar canalizando a Dias. "Los trabajadores, no sólo los accionistas, pueden y tendrán una mayor influencia en la definición del propósito de una empresa, sus prioridades e incluso los detalles de su negocio". Reiterando un tema que lanzó el año pasado, añadió: "Las partes interesadas están presionando a las empresas para que se adentren en temas sociales y políticos delicados, especialmente cuando ven que los gobiernos no lo hacen con eficacia".

Respaldando a Fink hay una larga lista de académicos, consultores, líderes de negocios y políticos - muchos de ellos canadienses - que quieren derribar la idea de que el propósito principal de una corporación es hacer ganar dinero a los accionistas.

Al plantear su caso, estos revolucionarios corporativos encuentran esencial derribar primero a uno de los grandes defensores de la primacía del capitalismo accionario: Milton Friedman, el fallecido economista Nobel que en 1970 escribió un ensayo fundamental titulado *The Social Responsibility of Business is to Increase its Profits* (La responsabilidad social de las empresas es incrementar sus beneficios).

Al igual que las bandas de activistas que luchan por derribar estatuas de figuras históricas en ciudades de toda América del Norte, los reformadores corporativos están tratando de arrastrar y enterrar a Friedman a todo lo largo de las páginas de sus libros y periódicos. Sus esfuerzos, sin embargo, proponen efectivamente destruir uno de los motores del crecimiento económico y del aumento del nivel de vida humano.

Una vez que se le pidió que comentara sobre la codicia, Friedman dijo que los únicos casos registrados en la historia en los que las masas han escapado de la pobreza extenuante "son aquellos en los que han tenido capitalismo y, en gran medida, libre comercio". En su ensayo corporativo de 1970, explicó en detalle por qué la doctrina de la responsabilidad social es "fundamentalmente subversiva" para los cimientos de la economía de mercado que han proporcionado prosperidad y niveles de vida crecientes.

'What does it mean to say that the **corporate executive has a 'social responsibility' in his capacity as businessman?** If this statement is not pure rhetoric, it must mean that he is to act in some way that is **not in the interest of his employers**. For example... at the expense of corporate profits, he is to hire 'hardcore' unemployed instead of better qualified available workmen to contribute to the **social objective of reducing poverty?**

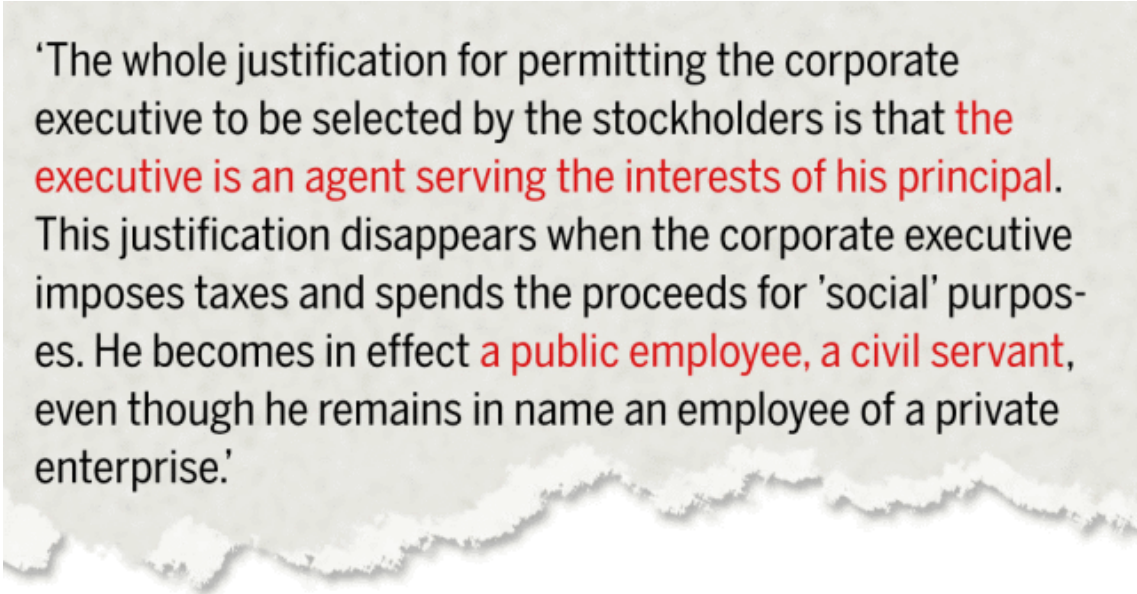
Todo esto es ignorado por los críticos de Friedman. El último ataque académico contra Friedman, que falleció en 2006, proviene de Colin Mayer, un profesor de negocios de la Universidad de Oxford y defensor desde hace mucho tiempo del cambio en el dogma corporativo.

En el nuevo libro de Mayer, *Prosperity: Better Business Makes the Greater Good*, agarra un mazo en la página dos y comienza a demoler "la doctrina Friedman". Una de las cubiertas del libro incluso alardea de que "marca el clavo final en el ataúd intelectual de Milton Friedman".

El mensaje de su libro, dijo Mayer, es que "la doctrina Friedman no es una ley de la naturaleza. Al contrario, es antinatural; la naturaleza la aborrece, aunque sólo sea porque se ha convertido en la semilla de la destrucción de la naturaleza".

Cuanto más tiempo apoye la sociedad la visión de Friedman de la corporación como una institución que maximiza beneficios, continúa Mayer, "mayor será el daño que cause a nuestras sociedades, al medio ambiente natural y a nosotros mismos".

Luego, con un pico retórico en el corazón de la efigie de Friedman, el profesor de Oxford asesta un golpe final a uno de los más grandes pensadores económicos del siglo XX: "Pocas teorías de las ciencias sociales son tan significativas y erróneas como para amenazar nuestra existencia, pero eso es precisamente lo que la doctrina Friedman está haciendo en el siglo XXI".



'The whole justification for permitting the corporate executive to be selected by the stockholders is that **the executive is an agent serving the interests of his principal**. This justification disappears when the corporate executive imposes taxes and spends the proceeds for 'social' purposes. He becomes in effect **a public employee, a civil servant**, even though he remains in name an employee of a private enterprise.'

Desde su publicación en noviembre pasado, el libro de Mayer ha sido repetidamente aclamado por los escritores del Financial Times de Londres. Un "libro nuevo, notable y radical", dijo Martin Wolf en una columna que agregaba: "Debemos repensar el propósito de la corporación". Otro escritor del FT describió a Prosperity como un "nuevo libro influyente", mientras que un crítico del FT dijo que el libro es "una hoja de ruta resonante y radical hacia un futuro brillante para la corporación y el capitalismo".

El despiadado ataque de Mayer contra Friedman es sólo otro más de una larga lista de desprecios y descalificaciones de nota que no abordan los fundamentos de las objeciones bien articuladas de Friedman a instalar la responsabilidad social corporativa y otros "propósitos" como parte del modelo corporativo.

En un libro de 2016 de varios autores -*Re-Imagining Capitalism*, co-editado por los canadienses Dominic Barton, ex director global de McKinsey & Co. y Dezsö Horváth, decano de la Escuela de Negocios Schulich de la Universidad de York-media docena de referencias desestiman la idea de Friedman sobre el papel de las corporaciones sin siquiera mencionar su razonamiento.

El ensayo principal de *Re-Imagining Capitalism* es de Paul Polman, el recientemente fallecido director ejecutivo de Unilever NV, quien pasó una década predicando el "do-goodism" corporativo. Como CEO, acumuló grandes ganancias de accionistas antes de enfrentarse al descontento de los inversores el año pasado por haber rechazado una lucrativa oferta pública de adquisición de la empresa Kraft-Heinz Co. de Warren Buffett y su plan de trasladar la sede del grupo de bienes de consumo de la empresa a los Países Bajos desde Londres.

Polman es una leyenda entre los defensores de la reforma corporativa y a menudo es aclamado como un pionero. "Aquellas compañías que no ven que los negocios tienen un propósito social y un valor mucho mayor que el de ganar dinero, lucharán por sobrevivir. La sociedad los rechazará", escribe en *Re-Imagining Capitalism*. "Pero en las manos adecuadas, el propósito de los negocios puede ir más allá de la mera ganancia financiera privada. Podemos ser una verdadera fuerza para el bien."

'In each of these cases, the corporate executive would be spending someone else's money for a general social interest. Insofar as his actions in accord with his 'social responsibility' reduce returns to stockholders, he is spending their money. Insofar as his actions raise the price to customers, he is spending the customers' money. Insofar as his actions lower the wages of some employees, he is spending their money.'

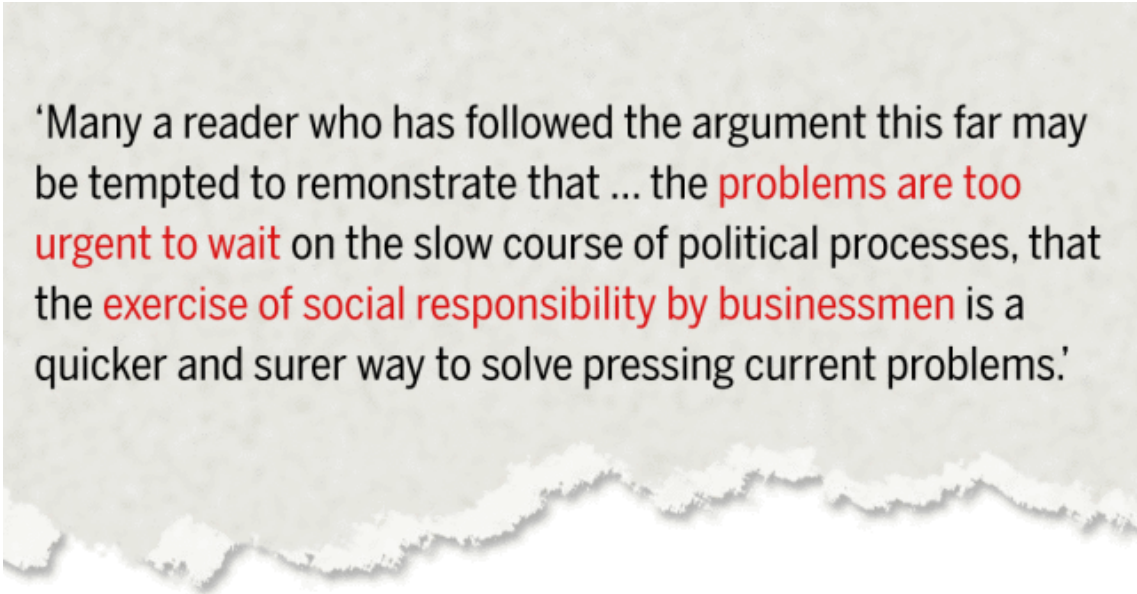
Polman, Barton, BlackRock y otros ejecutivos y corporaciones también aparecen en el libro de Mayer, principalmente por estar entre los pocos promotores de alto perfil de un nuevo modelo corporativo en el que la búsqueda del beneficio es reemplazada por la búsqueda del "hacer el bien". La corporación, escribe Mayer, tiene "el poder de ser nuestro salvador y fuente de bienestar social y económico".

Los eslóganes de este nuevo modelo de corporación como salvador han cambiado y se han expandido a lo largo de los años, pero su subversión subyacente de los principios de una economía de mercado es idéntica.

De hecho, el mensaje ha sido el mismo durante décadas, desde el surgimiento del protagonismo en la década de 1990 y la moda de la responsabilidad social corporativa (RSC) unos años después, hasta el truco de la "triple línea de fondo" y las actuales fijaciones sobre las políticas y la "inversión de impacto" de la MSG (medioambiental, social y de gobernanza), que se describen de forma oficial como todas las inversiones que se realizan en las "empresas, las organizaciones y los fondos, con la intención de generar junto a la rentabilidad una repercusión social y medioambiental cuantificable y beneficiosa".

No hay nada en el movimiento de redefinición del capitalismo que no haya sido identificado hace casi 50 años por Friedman como un peligro para los mercados y la libertad económica. Los conceptos y principios revisados en su ensayo de 1970, ignorados por Mayer y todos los reformadores, son tan relevantes hoy como lo eran entonces.

Friedman advirtió que los ejecutivos de negocios como Fink de BlackRock, que piden que las corporaciones adopten propósitos sociales, ayudan a "fortalecer la ya demasiado prevaleciente visión de que la búsqueda de ganancias es malvada e inmoral y debe ser frenada y controlada por fuerzas externas". Una vez que se adopte este punto de vista, las fuerzas externas que frenan el mercado no serán las conciencias sociales, por muy desarrolladas que estén, de los ejecutivos pontificadores; será el puño de hierro de los burócratas del Gobierno. ...los hombres de negocios me parecen revelar un impulso suicida."



'Many a reader who has followed the argument this far may be tempted to remonstrate that ... the **problems are too urgent to wait** on the slow course of political processes, that the **exercise of social responsibility by businessmen** is a quicker and surer way to solve pressing current problems.'

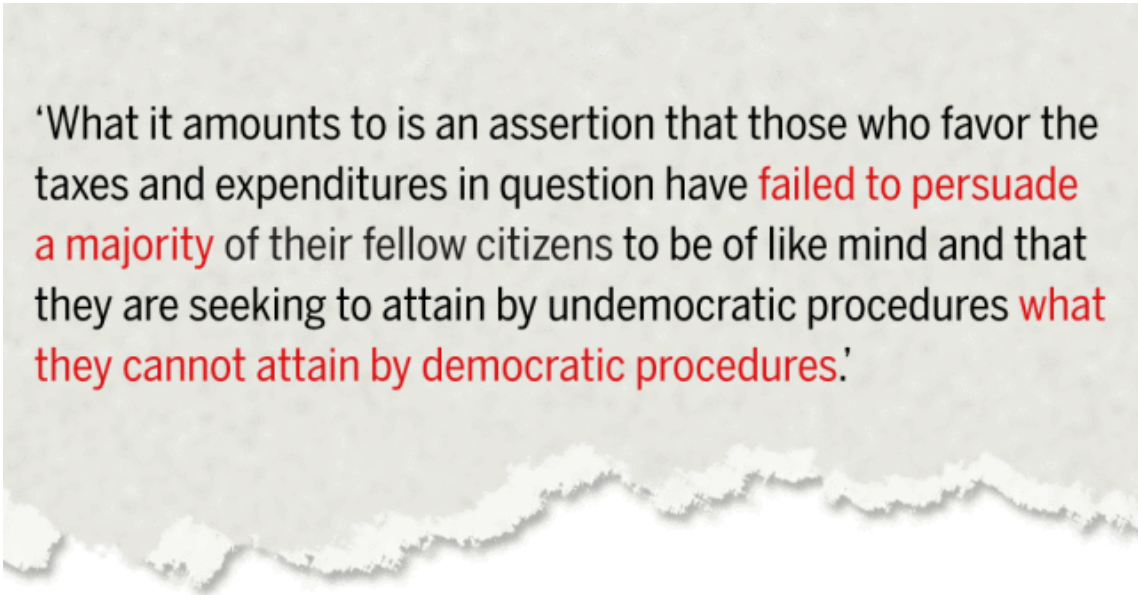
En otras palabras, es probable que las empresas que apoyan el capitalismo social de "sentirse bien" obtengan más de lo que esperaban, incluyendo una mayor intervención del gobierno.

Por ejemplo, la senadora estadounidense Elizabeth Warren, senadora demócrata de Massachusetts y aspirante a la presidencia, introdujo el pasado mes de agosto una Ley de Capitalismo Responsable, que obligaría a las corporaciones a agrupar a los accionistas con los empleados, la fuerza laboral, las preocupaciones de la comunidad y la sociedad, los proveedores, los clientes, las condiciones ambientales "locales y globales" y "otros fines de beneficio público general".

Nadie debería sorprenderse por este empuje progresivo hacia un mayor control gubernamental sobre las corporaciones y el mercado en nombre de hacerlas más responsables social, política y ambientalmente. Ciertamente no los lectores del ensayo de Friedman de 1970. Advirtió contra "la miopía" de los ejecutivos de empresas que pueden ganar "prestigio a corto plazo" pero que pagan mucho a largo plazo.

Generalmente, Friedman no tendría problemas con las corporaciones que se dedican a la señalización de virtudes. Por ejemplo, el anuncio de "masculinidad tóxica" de Gillette es un intento obvio de vender productos en un tema social controvertido. Gillette está actuando por interés propio.

Friedman se negó a denunciar estos intentos corporativos de "generar buena voluntad" y llamar la atención sobre sus productos, aunque advirtió que la búsqueda estratégica de aprobación y conflicto social equivalía a una "fachada hipócrita".



'What it amounts to is an assertion that those who favor the taxes and expenditures in question have failed to persuade a majority of their fellow citizens to be of like mind and that they are seeking to attain by undemocratic procedures what they cannot attain by democratic procedures.'

Uno se pregunta, sin embargo, qué habría hecho Friedman con las corporaciones canadienses que, como parte de sus esfuerzos de responsabilidad social, apoyaron e incluso financiaron a grupos activistas ambientales que pedían el cierre de las tierras petroleras.

A lo largo del siglo XX, las corporaciones han sido vilipendiadas por sus supuestos fracasos y por concentrarse en la maximización de las ganancias a expensas de la sociedad. Estos reclamos continúan siendo promovidos agresivamente hoy en día basándose en descripciones inválidas del papel de las corporaciones en la historia económica de los EE.UU., Canadá y gran parte del mundo.

Es totalmente falso presentar a las empresas como fabricantes de beneficios a expensas de la sociedad. Las corporaciones de hoy, desde Microsoft Corp. hasta GM y Amazon.com Inc. sobreviven produciendo bienes y servicios que alimentan, visten, transportan, entretienen y proporcionan beneficios a miles de millones de personas.

La adopción corporativa de propósitos sociales alejaría la atención de estos propósitos centrales del negocio. Peor aún, la expansión del número de fines corporativos coloca un marco no democrático indeseable para los ejecutivos corporativos. Como Friedman lo veía en 1970, al dar responsabilidades sociales y políticas a los líderes empresariales se instalan gerentes corporativos no electos en puestos de poder no electos.

En Prosperity, Colin Mayer propone una nueva declaración de intenciones corporativa: "Hacer el bien haciendo el bien" - un eslogan adecuado para cualquier político que busque el poder. Pero las corporaciones ya hacen el bien bajo sus actuales mandatos subyacentes de búsqueda de ganancias.

Las corporaciones hacen el bien haciéndolo bien dentro de un contexto de mercado libre en gran medida. Deberíamos dejarlo así.