



Jean Tirole, Premio Nobel de Economía.

IMF BUSINESS SCHOOL

Tareas de largo plazo

# Economía del bien común

Eduardo J. Ortiz F. \*

Cuando el país y sus instituciones se están cayendo a pedazos, el asomarse a otros horizontes y plantear tareas de largo plazo puede ser una muestra de inconformidad y resistencia

**E**n este artículo voy a recoger algunas ideas del francés Jean Tirole, Premio Nobel de Economía en 2014, expuestas en su reciente libro sobre la *Economía del bien común*.

No es posible abarcar en pocas páginas la multitud de tópicos y propuestas recogidos en esta obra. Aquí me limitaré a esbozar sus consideraciones sobre algunos temas más centrales, que en muchos casos abrirán campos de reflexión más que proponer respuestas definitivas.

---

## INTERÉS INDIVIDUAL Y COLECTIVO

Desde el rotundo fracaso económico, cultural, social y medioambiental de las economías planificadas, la economía de mercado ha pasado a ser el modelo dominante, por no decir exclusivo, de organización de nuestras sociedades.

Lo cual no implica que hayamos alcanzado una armonía ideal, pues muchos ciudadanos resienten este predominio de las fuerzas de la oferta y la demanda, o lo aceptan con un fatalismo unido, en algunos casos, a la indignación.

El papel de los economistas en este contexto es el de crear un nuevo equilibrio, que tenga como norte la organización de la sociedad en la que nos gustaría vivir, lo que pasa en gran medida por la creación de instituciones cuyo objetivo sea conciliar en la medida de lo posible el interés individual y el interés colectivo.

---

## LÍMITES Y POSIBILIDADES DEL MERCADO

Cuando a veces los sectores más idealistas de la sociedad sienten rechazo y malestar ante lo que evocan algunas palabras como competencia o mercado, pasan por alto las ventajas de estos mecanismos.

Si es suficientemente competitivo, el mercado aumenta el poder adquisitivo de los hogares al reducir los precios, crea incentivos para la bajada de los costos de producción, estimula la innovación, y abre posibilidades nuevas de intercambio a través del comercio internacional. De manera quizás menos visible, protege al ciuda-

dano de lo discrecional, de los *lobbies* y del favoritismo, tan presentes en los mecanismos más centralizados de asignación de recursos. Por todas estas razones desempeña un papel fundamental en la vida económica.

El mercado puede incluso estimular valores fundamentales en las relaciones sociales. Lejos de apoyarse únicamente en el egoísmo de sus participantes, les exige una gran capacidad de establecer lazos de confianza. De hecho, es el componente social de nuestra misma naturaleza el que nos ha permitido ampliar el círculo de nuestros intercambios económicos.

Eliminar el mercado no nos libera sino que nos esclaviza, pues trae como consecuencia la apropiación de la vida económica por unos grupos de interés que utilizan el sistema político para obtener privilegios a expensas de la colectividad.

Los regímenes que imponen economías centralizadas, suelen invocar el pretexto de que así se va a responder con mayor rapidez y eficiencia a las necesidades de la población, y hasta esgrimen a veces la pretensión de generar una humanidad renovada, que no se deje arrastrar por el egoísmo, pero no hay que olvidar cuántas veces, en la historia reciente, el mito del hombre nuevo ha llevado a unas formas de organización de la sociedad totalitarias y empobrecedoras.

Por otra parte, no hay que pasar por alto que el mercado posibilita también transacciones perjudiciales para la sociedad. Así, por ejemplo, la explotación de diamantes está sirviendo para alimentar guerras civiles en muchos de los países que los producen, y el narcotráfico ha provocado muertes, inestabilidad social y corrupción.

Existen otros casos donde los límites morales del mercado son también objeto de encendida polémica en la sociedad. Muchos tenemos reticencias de orden ético o moral ante la compra-venta de órganos, las madres de alquiler o la prostitución.

No hay que pasar tampoco por alto que la bondad o ineficiencia del mercado depende muchas veces de nuestro propio comportamiento. El mercado es a veces el chivo expiatorio de nuestra hipocresía. Es un espejo de nuestra alma que pone de manifiesto unas realidades de nuestra sociedad, o facetas de nuestras aspiraciones y preferencias, que hubiéramos preferido ocultar, no solo a los demás, sino también a nosotros mismos. Podemos romper el espejo suprimiendo el mercado. Pero con ello lo único que hacemos es dejar en suspenso el cuestionamiento de nuestros valores personales y colectivos.

En el área económica, la tarea fundamental del Estado es proteger a los ciudadanos frente a las imperfecciones del mercado, que pueden agruparse en seis categorías.

La mayoría de las empresas no son realmente competitivas, y las frecuentes fusiones entre ellas hacen que la concentración de la producción en pocas manos sea cada vez mayor. Para contrarrestar esta tendencia existen las legislaciones antimonopolio.

Algunas empresas pueden quebrar generando graves perjuicios en la población. Resulta especialmente significativo el caso de las instituciones financieras, por lo que existen regulaciones que obligan a los bancos a mantener un respaldo adecuado de capital en proporción con sus préstamos. Los Estados de varios países mantienen así mismo un fondo de garantía de depósitos para proteger a los pequeños ahorristas.

El intercambio puede afectar a terceros que no han dado su consentimiento. Aquí entra el tema de las externalidades, es decir, los efectos negativos que la producción y el consumo de determinados bienes y servicios causan sobre personas que no participan en esos procesos. Podemos poner como ejemplo la contaminación originada por algunas instalaciones industriales, el tráfico, o el consumo de tabaco. Al Estado le toca la tarea de recortar dichas externalidades mediante impuestos y regulaciones.

Muchas veces el comprador no está correctamente informado sobre la calidad de un bien o los efectos secundarios de su consumo; de ahí la necesidad de una autoridad que supervise a los proveedores y reprima los fraudes.

En otras ocasiones hay que proteger a los consumidores contra sus propias deficiencias. Aquí entra, por ejemplo, el problema de la procrastinación (no hagas hoy lo que puedas dejar para mañana), lo que genera que muy pocas



UTEL

### MARCO INSTITUCIONAL Y ESTADO

El Estado y el mercado son complementarios y no excluyentes. El mercado necesita regulación y el Estado competencia e incentivos.



EL UNIVERSAL

personas se preocupen de protegerse frente a situaciones adversas que puedan aparecer en el futuro. Por eso muchos Estados obligan a los ciudadanos a cotizar en seguros de enfermedad y fondos de jubilación.

Por fin, el mercado es un factor de eficiencia pero no genera equidad, ni se ocupa de proveer lo necesario a quienes no alcanzan mínimos niveles de bienestar. Aquí es preciso introducir un conjunto de políticas redistributivas, pero hay que calibrar también su eficiencia. Por poner algunos ejemplos, no siempre es fácil decidir cuánto tiene que ser destinado a la política social recortando fondos dedicados al crecimiento de la economía; la educación es en principio un mecanismo igualador, pero los jóvenes procedentes de sectores acomodados tienen muchas más posibilidades de beneficiarse de ella; el cambio tecnológico favorece a los que tienen cualificaciones más altas, que no suelen ser los más pobres; la globalización ha aumentado la competitividad a la hora de atraer talentos, y ha provocado una fuga de cerebros hacia los países más ricos. Todo ello hace que la igualdad de oportunidades sea una meta muy difícil de alcanzar; basta mencionar que en los últimos años la esperanza de vida ha aumentado un 3 % entre los más desfavorecidos y un 28 % en los sectores de ingresos más altos.

Por otra parte, no hay que olvidar que si los mercados no son perfectos tampoco lo son los Estados. Los políticos y los funcionarios reaccionan a los incentivos igual que los directivos de las empresas, los asalariados, los parados o los intelectuales.

Entre los fallos del Estado podemos mencionar el que este sea con frecuencia cautivo de intereses particulares; que no se tomen medidas

necesarias pero poco populares si ponen en peligro la reelección; que se apoye a determinados grupos a cambio de favores; que se contrate a empleados públicos ineficientes pero fieles al partido de gobierno; que se asuman deudas para financiar proyectos que no benefician a la sociedad.

Un Estado fallido no puede contribuir a la eficiencia del mercado ni ofrecerle una alternativa.

#### **EMPRESAS RESPONSABLES**

Al margen de la administración de cada empresa en el área productiva, dentro de la perspectiva del bien común hay que hacer referencia al tema de su responsabilidad social, que puede ser abordada desde diversas perspectivas complementarias.

En primer lugar las empresas deben adoptar políticas de largo plazo compatibles con el desarrollo sostenible. Ello implica evitar la adopción de riesgos excesivos con el fin de acrecentar las ganancias a corto plazo; no descuidar las labores de mantenimiento y prevención de accidentes para recortar costos; no introducir en el mercado productos cuya peligrosidad se desconoce.

Deberían también señalarse las empresas en actividades filantrópicas, participando en causas que consideren justas, como ayudas a los sectores desfavorecidos, empleo y formación de jóvenes, mecenazgo del arte y la cultura, apoyo a programas de investigación que favorezcan la salud y el bienestar.

En el caso de los inversionistas, que incluye también a los ahorristas, no se deberían financiar empresas que contemporizan con regímenes donde no se respetan los derechos humanos, que subcontratan a proveedores donde se ex-

plota a la fuerza de trabajo, o que fabrican productos destructores de la salud y de la vida.

Para todo ello se necesitan organizaciones civiles que recaben y expandan la información necesaria. Existen, por ejemplo, fondos de inversión responsable que evalúan el comportamiento social de las empresas en las que los particulares quieren colocar su dinero. Hay así mismo asociaciones de consumidores que asesoran a quienes están dispuestos a pagar un poco más por adquirir un producto procedente de un comercio justo.

Por otra parte, las empresas que actúan responsablemente no solo ayudan a los demás, sino que se favorecen a sí mismas, pues sus políticas proyectan una buena imagen que les puede atraer clientes y generar un beneficio financiero.

En este tema, tampoco faltan sectores que se oponen a este tipo de políticas de beneficencia. En su opinión no es la empresa, sino sus directivos y administradores, quienes en el ámbito personal pueden hacer caridad. Otros arguyen que la empresa no debe asumir compromisos de servicio social que le corresponden al Estado.

#### MEDIO AMBIENTE

Mientras los especialistas están de acuerdo en considerar que un calentamiento de 1,5 a 2 grados centígrados es el límite máximo de lo razonablemente aceptable, el quinto informe del *Grupo intergubernamental sobre la evolución del clima* considera que la temperatura media aumentará de 2,5 a 7,8 grados centígrados antes de finales del siglo XXI.

Ante estas amenazas son muchos los que piensan que es indispensable dialogar, sensibilizar a la población sobre las consecuencias de nuestro comportamiento colectivo, y adoptar políticas protectoras del medio ambiente.

Pero existen trabas que dificultan un acuerdo entre las partes encargadas de diseñar estas estrategias mancomunadas. En primer lugar nos encontramos en muchos sectores con grandes dosis de egoísmo y despreocupación frente a las generaciones futuras, pues los beneficios de la atenuación del cambio climático solo se van a percibir a largo plazo, mientras que los costos son inmediatos. Otro problema es el parasitismo, por el que cada uno espera que los demás hagan algo, para luego aprovecharse de sus esfuerzos sin tomar parte en ellos.

Además, a veces quienes tienen que dictar las políticas medioambientales son los causantes del problema. Se ha comprobado que los Estados subvencionan las energías fósiles responsables del 67 por ciento de las emisiones de gases de efecto invernadero.

Por otra parte, no se puede olvidar que las políticas en favor del medio ambiente tienen costos

que recaen sobre todos los ciudadanos. Introducir en la empresa mecanismos que disminuyan la contaminación sube los costos, y en consecuencia los precios de esos productos. Si es el Estado el que apoya a las empresas que introducen medidas ecológicas, ello obliga a incrementar los impuestos para financiar esos subsidios.

Existe además la dificultad de tener que solucionar problemas globales entre Estados que defienden su independencia en la toma de decisiones. Esto lleva, por ejemplo, a que el país que trate con mayor rigor a las empresas contaminantes las incentive a trasladarse a otro país con políticas ambientales más benévolas. Además resulta imposible penalizar a los países que no firman los acuerdos, o comprobar si quienes los firman cumplen sus compromisos.

También hay que escuchar las razones de quienes se niegan a adherirse a convenios formulados por terceros. Muchos países subdesarrollados, por ejemplo, se quejan de que los demás alcanzaron su desarrollo actual con altos índices de contaminación (en 1900 entre Estados Unidos y Europa generaban más del 95 % de la contaminación mundial y aún ahora son responsables del 51 %), y que no se puede exigir a los que intentan industrializarse más tarde que adopten restricciones que ellos no se impusieron en una etapa semejante de su desarrollo.

Pero el problema es demasiado grave, y deben continuar los esfuerzos por lograr acuerdos internacionales efectivos, para no poner aún más en peligro la vida en el planeta.

Tirole analiza en su libro otros temas como el desempleo, las finanzas, la economía digital o la innovación y la propiedad intelectual. Sus reflexiones se engarzan en una larga lista de monografías, redactadas por investigadores de prestigio internacional, en las que se intenta ofrecer alternativas para que la actividad económica favorezca equitativamente a todos sus participantes.

\*Doctor en Economía.