

EQUIDAD, PERFIL Y EFICIENCIA EN LAS SOCIEDADES*

Robert Cooter**
Melvin A. Eisenberg***

El desarrollo de las sociedades dentro de un ordenamiento jurídico requiere, en la actualidad, un funcionamiento eficiente de sus agentes y trabajadores, para que de esta forma la sociedad logre cumplir de modo positivo los fines para los cuales se constituyó.

El presente texto nos hace una reseña acerca de los puntos importantes que debe de tener en cuenta una sociedad para seleccionar a un agente capaz, el cual tenga un perfil positivo. Además se establecen las distintas vertientes que presenta la equidad, las cuales se manifiestan en la lealtad hacia la sociedad y el rendimiento supra contractual, el cual es desarrollado de modo eficiente cuando hay un cierto nivel de confianza en el desarrollo de las actividades de la sociedad.

* El presente artículo fue publicado originalmente bajo el título "Fairness, Character and Efficiency in Firms" en University of Pennsylvania Law Review 149. 2001. La traducción fue realizada por Renzo E. Saavedra Velazco, abogado, profesor de la Facultad de Derecho de la Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas y asociado de Payet, Rey, Cauvi Abogados. Se han añadido notas del traductor para procurar esclarecer y enriquecer algunos pasajes del trabajo traducido o para incluir algunas referencias bibliográficas. Los autores agradecen a Lisa Bernstein y Claire Finkelstein por sus valiosos comentarios a una versión preliminar del presente artículo.

** Abogado. Profesor de la Facultad de Derecho de la Universidad de California, Berkley.

*** Abogado. Profesor de la Facultad de Derecho de la Universidad de California, Berkley.

“En los estratos medios e inferiores de la vida, el camino a la virtud y de ella a la fortuna -a esa clase de fortuna a la que el tipo de hombres en tales estratos puede aspirar alcanzar razonablemente- es afortunadamente en la mayoría de los casos, casi siempre el mismo. En todas las profesiones medias e inferiores, si se cuenta con habilidades profesionales reales y sólidas, unidas a la prudencia, justicia, firmeza y conducta moderada; rara vez se puede fallar al obtener éxito.”

Adam Smith¹

I. INTRODUCCIÓN

¿Qué fuerzas moldean la conducta de los individuos y de las sociedades? Los juristas tradicionalmente se centran en el contenido explícito de las directrices que las normas jurídicas brindan a las personas. En el último cuarto de siglo, sin embargo, los académicos que emplean el análisis económico del Derecho desplazaron la atención desde las directrices explícitas hacia los incentivos implícitos que son creados por las normas jurídicas. En la última década, tanto los abogados como los seguidores del análisis económico del Derecho tornaron su atención a la interacción entre las normas jurídicas y las normas no-jurídicas. Este reciente debate concierne en su gran mayoría a las normas vinculadas a los grandes grupos sociales, tales como la propia sociedad en su conjunto, las entidades comerciales, los grupos étnicos o bien la comunidad empresarial. En lo sucesivo denominaremos a las normas de este tipo como *normas sociales generales*. En contraposición a ellas, el presente artículo se referirá a aquellas normas dirigidas específicamente a las sociedades: y de modo particular, a las normas específicas de equidad social (*firm-specific fairness norms*).

Adelantamos aquí dos de nuestros planteamientos: en primer lugar, las normas específicas de equidad social por lo general promueven la eficiencia. En segundo lugar, estas normas promueven la eficiencia de mejor manera cuando se sustentan en efectos sobre la reputación y cuando los agentes de las sociedades internalizan tales normas. En efecto, cuando las normas son internalizadas se erigen como parte del perfil del agente. Aquí desarrollaremos la noción del *perfil del buen agente*, esto es, aquel que sirve a la rentabilidad de la sociedad al ser la encarnación de las normas de equidad. Este ha sido un tema descuidado pero

que contribuirá a explicar como las sociedades funcionan y por qué existen.

II. DEFINICIONES INICIALES

Hay que iniciar aclarando qué constituye una norma. Una aproximación común a tal materia se centra en definir las normas como estándares no-oficiales de conducta. Denominaremos a este tipo de definición como sustentada en estándares.

Las definiciones basadas en estándares resultan indebidamente exclusivas en la medida que en el lenguaje común el término *norma* comprende a manifestaciones que no son estándares, tales como las prácticas de administración previas a los noventas y cuyo ejercicio se limitaba sólo a la diligencia². Violar un estándar de comportamiento provoca típicamente la crítica por parte de los demás, quienes partiendo de una mera costumbre arguyen sorpresa.

Las definiciones basadas en estándares también son indebidamente inclusivas en la medida que abarcan tipos de estándares que según el lenguaje ordinario no se caracterizan como normas. Las normas son uno de los tipos de estándar. Hay otros que consisten en reglas privadas explícitas, como aquellas que organizan el juego de *baseball*. Aunque por lo general reglas de este tipo son impuestas y cumplidas, rara vez son representadas como normas. Un tercer tipo de estándar consiste en valores culturales, por ejemplo, si es que la posición social se funda en el mérito o linaje, si hubiese aprobación o desaprobación social hacia el comercio y los comerciantes, o si la ideología de la sociedad enfatizase a los individuos en lugar de a los grupos. Al igual que con las reglas explícitas, los valores culturales no son usualmente denominados normas.

En síntesis, los estándares sociales se extienden en un amplio espectro que van desde las reglas privadas explícitas, atravesando las normas y llegando a los valores culturales. Dos son los elementos que caracterizan el movimiento a lo largo del citado espectro. El primer elemento es la especificidad. Por lo general, las reglas privadas explícitas son altamente específicas; las normas son menos específicas; y los valores culturales son sumamente abstractos. El segundo elemento trata sobre su mecanismo de creación y cambio.

¹ SMITH, Adam, “The theory of moral sentiments”. Liberty Fund. 1984. p. 63. (Adición del traductor) La presente traducción libre del pasaje del libro de Adam Smith se ofrece con el objetivo de intentar dar una guía al lector, sin embargo, admitimos desde ya que la misma se presentan una serie de palabras y frases que difícilmente pueden traducirse al castellano (sin mencionar la posibilidad de comprender la intención del autor). La traducción que se ofrece se inspira en las ideas que suscita la lectura del capítulo tercero de la sección tercera de la primera parte del libro, por lo que se sugiere la consulta del libro a través de *Ibiblio*: “The public’s library and digital archive”, www.ibiblio.org/ml/libri/s/SmithA_MoralSentiments_p.pdf.

² EISENBERG, Melvin A. “Corporate law and social norms, en *Columbia Law Review*”. 1999. pp. 1253 y siguientes.

Las reglas privadas explícitas son promulgadas, modificadas o derogadas. Mientras que las normas evolucionan a medida que las prácticas y los compromisos cambian. Por último, los valores culturales son transmitidos a través de la socialización de una forma de vida.

Teniendo todas estas consideraciones en mente, definimos a las normas como *aquellos estándares sociales y otras costumbres que se tornan explícitas reglas privadas o valores culturales*.

Como la sociedad en general, toda empresa tiene sus propias reglas, normas y valores culturales, a las cuales llamamos *normas específicas de la empresa*. Nuestro interés particular en el presente artículo se refiere a las normas de equidad específicas de cada empresa, esto es, a aquellas normas de una sociedad que exigen, de parte de sus agentes, cierta conducta considerada justa.

III. NORMAS DE EQUIDAD ESPECÍFICAS EN UNA SOCIEDAD Y EFICIENCIA

Las personas pueden a menudo crear valor a través de la cooperación con otras. Ahora bien, el valor creado por la cooperación deberá ser distribuido, pero las disputas por cómo se realiza la distribución, impiden la cooperación y desperdician recursos. Sin embargo, las normas de equidad disminuyen las disputas que se ocasionan por la distribución. Así, nuestra primera tesis es que las normas de equidad específicas en una sociedad promueven su eficiencia en tanto incrementan la cooperación con sus agentes. A continuación explicaremos varias manifestaciones de la eficiencia de las normas de equidad específicas.

A. Lealtad

Para empezar, las sociedades solamente pueden ser eficientes si es que sus agentes se comportan *lealmente*, por ello nos referimos al hecho de que los agentes ejecuten sus obligaciones contractuales de manera diligente y honesta. Los agentes diligentes y honestos crean valor al cooperar con su sociedad y con sus co-agentes, mientras que los agentes desleales redistribuirán la riqueza hacia ellos mismos al descuidar y engañar o, en otras palabras, al traicionar a sus sociedades y co-agentes.

Una manera para alcanzar una conducta leal se viabiliza a través de las sanciones jurídicas. Sin embargo, las sanciones jurídicas por sí solas tienen una efectividad muy limitada en la medida que resulta complicado detectar incumplimientos de los deberes de lealtad y porque su constreñimiento jurídico es costoso.

Crear vinculación con la sociedad y el monitoreo proveen otros métodos para alcanzar lealtad. Por ejemplo, una empresa puede premiar otorgando opciones de compra a los agentes que se mantengan con ella por un número de años. Tales operaciones atarán al agente con la sociedad de dos maneras. Primero, porque al agente le irá bien si es que a la empresa le va bien, por tanto el agente tendrá un incentivo a hacer lo que es mejor para la sociedad. Segundo, si la sociedad detecta una deslealtad por parte del agente antes del cumplimiento del plazo fijado, entonces podrá despedir al agente en un momento en el que aún no ejerció su opción, por lo que el agente perderá también la opción. Adicionalmente, una empresa puede emplear sistemas de auditoría externa e interna y varios programas de cumplimiento para monitorear a sus agentes.

Al igual que las sanciones jurídicas, crear vínculos con la sociedad y emplear mecanismos de monitoreo resultan ser medios costosos y con una efectividad limitada. Un método más efectivo y confiable para asegurar lealtad es el desarrollo de un régimen de normas de equidad específico. Como explicaremos más adelante, el desarrollo de este régimen también tiene sus costos pero estos son típicamente menores que los asociados a la restricción jurídica, el monitoreo y la creación de vinculación entre el agente y la sociedad.

La restricción jurídica, el monitoreo y la creación de vinculación entre el agente y la sociedad tienen un importante lugar para asegurar la diligencia y la honestidad de los agentes, pero las normas tienen el rol central de alcanzar dicho objetivo.

B. Rendimiento supra contractual

En el literal precedente explicamos que las normas de equidad específicas promueven la eficiencia al inducir al agente a la ejecución diligente y honesta de sus obligaciones contractuales. Sin embargo, las sociedades serían más eficientes si los agentes fueran más allá de lo que son sus obligaciones contractuales. Por ejemplo, los subordinados podrían trabajar en horarios más largos y desplegar un mayor nivel de esfuerzo de lo que su contrato les exige, en cuyo caso diremos que su ejecución es *supra contractual*. Las sociedades tienen un obvio interés de eficiencia vinculada a inducir un rendimiento supracontractual de parte de sus trabajadores.

Por lo general, un subordinado rendirá por encima del contrato porque se formó una expectativa (no-contractual) razonable de que, cuando llegue el momento, su superior lo recompensará con un aumento de sueldo, un ascenso o de algún

otro modo. Estas expectativas razonables son casos especiales del conocido fenómeno de los contratos implícitos¹. En tales casos, sin embargo, es a menudo sencillo y rentable (al menos en el corto plazo) para el superior aprovecharse de la confianza de su subordinado y, por ende, no cumplir con sus expectativas. De acuerdo a ello, antes que los agentes inicien su rendimiento supra contractual necesitarán un grado razonable de seguridad de que su confianza no será explotada de manera oportunista.

En un mundo de información perfecta y sin costos de transacción, los agentes podrían protegerse frente a este tipo de oportunismo a través de un contrato. Un contrato perfecto abarcaría el futuro rendimiento del subordinado, los cambios endógenos en la sociedad, los cambios exógenos que afecten a la empresa y además lo que constituye un tratamiento justo en una multiplicidad de escenarios. En el mundo real, una tutela contractual de este tipo falla usualmente porque las condiciones requeridas para su desarrollo son difíciles de especificar, observar y probar.

Las normas de equidad específicas en una sociedad entran a tallar para complementar una contratación imperfecta³. Existen dos tipos de normas de equidad específicas que son relevantes. El primer tipo consiste en versiones específicas para una sociedad de las normas de equidad generales, tales como: *reciprocidad en la empresa y no se miente dentro de la empresa*. Estas normas son específicas para la empresa en lugar de normas generales en tanto que, al menos en principio, son compatibles con normas que toleran actuar de manera no-recíproca y decir mentiras, pero a personas fuera de la empresa. El segundo tipo de norma de equidad específica consiste en normas que ayudan a definir la equidad dentro de la empresa. Por ejemplo, en algunos estudios de abogados la retribución depende de la antigüedad, mientras que en otros depende del volumen de operaciones que el socio genera. En tal sentido, pagar a un socio joven una retribución elevada podrá ser justo en el segundo contexto e injusto en el primero.

C. Tutoría (*mentoring*)

En la mayoría de empresas la continuidad requiere de un sistema de tutoría bajo el cual los superiores entrenarán a los subordinados para asumir responsabilidades cada vez mayores. Es fácil intuir que la actividad de tutoría involucrará costos significativos. Un buen mentor deberá no sólo invertir tiempo y asumir problemas, sino que también deberá compartir con su *protégé*^{II} habilidades, técnicas y secretos valiosos acerca de la sociedad e incluso sobre sí mismo.

Existen varias razones por las que los superiores se encuentran deseosos de incurrir en estos costos. Algunas de estas razones son egoístas y otras no. En ausencia de un régimen de normas de equidad, es poco probable que los superiores deseen asumir labores de tutoría con sus subordinados, en la medida que el superior no será capaz de contar con el subordinado de manera apropiadamente recíproca o para mantener secretos y así por el estilo.

IV. REPUTACIÓN Y EL PERFIL DEL BUEN AGENTE

Previamente explicamos que las normas de equidad específicas promueven la eficiencia al alentar la lealtad, el rendimiento supra contractual y la tutoría. Ahora se explicará porque las personas deben respetar las normas de equidad específicas y adherirse a ellas. En un régimen eficaz de normas de equidad específicas, el agente tiene cierta garantía de que la adhesión será sustancial y no meramente nominal. Son dos los mecanismos que proporcionan, especialmente, tal garantía: los efectos en la reputación y el perfil del buen agente. A continuación explicaremos varias maneras en las que la reputación y el perfil soportan las normas de equidad.

A. Efectos en la reputación

Un agente puede adherirse a las normas de equidad específicas porque considera que adquirir la reputación de adherente redundará, más adelante, en su propio beneficio. Por ejemplo,

¹ Nota del traductor: Se refiere a un acuerdo jurídicamente vinculante que se genera debido a las conductas que rodean determinada situación y la intencionalidad con la que ellas son realizadas entre partes que tienen un vínculo estrecho. Vale decir, en atención a las conductas e intenciones subyacentes, se extrae la conclusión que las partes desean vincularse en un sentido específico, por lo que si una de ellas no honra dicho compromiso se le otorga una acción de naturaleza contractual (por la relajación de la noción de *consideration*, la aplicación del *promissory estoppel* o a través de remedios inspirados en la equidad).

³ HERMALIN, Benjamin E. "economics & corporate culture". En: Handbook of Organizational Culture and Climate. Edición de COOPER, S., CARTWRIGHT, S. y P. C. EARLY. 2001.

^{II} Nota del traductor: Es un término en francés que significa literalmente *protegido*, vale decir, se refiere a una persona joven que es guiada y apoyada por otra que tiene mayor edad y experiencia (el término que hace referencia a una mujer es *protégée*). Este vocablo se ganó un espacio en el léxico estadounidense y por ello es empleado de manera especial en el plano académico, de los negocios y en las artes para llamar la atención sobre la situación particular de quien recibe dicha guía, apoyo e incluso protección de parte de otra persona con mayor experiencia.

si en una empresa un superior tiene la reputación de veraz, recíproco y confiable se encontrará en mejor capacidad de inducir un rendimiento supra contractual de parte de sus subordinados. Por el contrario, si en una empresa un superior tiene la reputación de mentiroso, de no-recíproco y de deshonesto, se encontrará en menor capacidad de inducir un rendimiento supra contractual. Por lo tanto, es posible que un superior diga la verdad, actúe recíprocamente y como una persona confiable, de modo no auténtico, sino que lo hará de manera instrumental para así obtener la reputación que requiere para inducir un rendimiento supra contractual en sus subordinados.

La reputación, como método para tornar efectivas las normas de equidad específicas, es importante pero imperfecta. Por ejemplo, resulta muy difícil demostrar a terceros la existencia de un contrato implícito y su incumplimiento por parte del superior. Además, la reputación del superior sigue de manera imperfecta todos los desplazamientos que éste realice a otra empresa o incluso dentro de la misma. Por lo tanto, un subordinado sabrá que la existencia de información imperfecta le brindará al superior un importante margen de acción para incumplir los contratos sin afectar su reputación. Los efectos en la reputación son especialmente problemáticos cuando la relación se termina, en la medida que las dos partes no tienen más expectativas de recibir futuras recompensas por el desplazamiento de sus beneficios actuales.

Un subordinado sabe también que si el único motivo para que su superior actúe de manera justa es la equidad, entonces cuando se acerque el tiempo en que deba actuar recíprocamente, el superior podrá efectuar un cálculo dirigido a determinar los costos y beneficios. Específicamente, el superior considerará si es que sus beneficios por la ruptura en la reciprocidad excederán a su pérdida de reputación descontado el margen de detección. Sobre este punto, Bruce Chapman explica como estos cálculos pueden derrotarse a sí mismos: “[Supongamos que un individuo que actúa solamente en atención a fines instrumentales realiza una promesa, y hagamos a un lado el asunto de su coerción jurídica]. La cuestión (...) es si tal promesa puede ser creíble a los ojos de (...) otros individuos. La dificultad es que la promesa hecha sólo por razones instrumentales o con visión de futuro es

que, por lo menos las del tipo de razón que un maximizador racional de sus propias preferencias realizaría, resulta ser una promesa que debe, racionalmente, ser incumplida cuando valga la pena hacerlo (...) Haber prometido, por razones puramente instrumentales, [cumplir, hará que el sujeto] encuentre que estas mismas razones instrumentales le dictan incumplir la promesa que efectuó. Asimismo, todo este comportamiento instrumental puede ser predicho perfectamente por los demás individuos; después de todo, ellos también son racionales en ese sentido”⁴.

Kenneth Arrow efectúa un comentario vinculado sobre la confianza: “La confianza es (...) extremadamente eficiente; ahorra muchos problemas el tener un nivel adecuado de confianza en las palabras de los demás. Desafortunadamente este no es un bien homogéneo que pueda adquirirse de manera muy sencilla. Si tienes que comprarlo, significa que ya tienes dudas acerca de lo que compraste”⁵.

B. El perfil del buen agente

Otro mecanismo para generar un régimen efectivo de normas de equidad específicas es el perfil del buen agente. Antes de considerar este concepto específico, debemos examinar el concepto general de buen perfil. Antes identificamos normas basadas en estándares, las cuales suministraban estándares para evaluar el comportamiento. La internalización de los estándares por parte de los actores se encuentra estrechamente vinculada a un buen perfil. La internalización tiene dos aspectos que –en paralelo– preceden la distinción entre costumbres y obligaciones. Primero, un individuo puede adherirse reflexivamente a una norma internalizada. Sobre el punto, el economista Kaushik Basu describe la adhesión reflexiva a una norma de la siguiente manera:

“[Ciertas normas nos impiden] hacer ciertas cosas o elegir ciertas opciones, con independencia de cuanta utilidad dicha acción u opción nos brinde. Así la mayoría de individuos no consideraría tomar la billetera de otra persona en un ómnibus abarrotado de personas. Ellos no harían esto no porque especulan sobre la cantidad de dinero que posiblemente contenga la billetera, las probabilidades de ser atrapado, la severidad de la sanción y así por el estilo, sino porque consideran que robar billeteras es algo que simplemente no se hace”⁶.

⁴ CHAPMAN, Bruce. “Trust, economic rationality, and the corporate fiduciary obligation”. En: University of Toronto Law Journal”. Volumen 43. 1993. pp. 547 y siguientes.

⁵ ARROW, Kenneth. “The limits of organization”. 1974, p. 23. Citado en CHAPMAN, Bruce. Op. cit. p. 581.

⁶ BASU, Kaushik. “Social norms and the law”. En: The new Palgrave Dictionary of Economics and the Law”. Volumen 3. Edición NEWMAN, Peter. 1998. pp. 476 y siguientes.

Un individuo puede también adherirse a una norma internalizada de compromiso deliberado. Al decidir qué hacer, el sentido de compromiso con las normas recibe un peso relativo al propio interés. Para ilustrar la idea, asumamos que un sujeto reconoce que adherirse a una norma tiene para sí mayores costos que beneficios. Si a pesar de ello se adhiere a la norma, entonces su decisión demuestra su sentido de compromiso. En general, la adhesión contra el propio interés evidencia un compromiso con las normas.

El propio interés puede ser definido restrictivamente para abarcar bienestar, poder, placer, prestigio y así por el estilo. Bajo esta definición restrictiva, el propio interés a menudo entra en conflicto con la moralidad. Alternativamente, el propio interés puede ser definido en términos amplios para comprender valores morales, tales como la veracidad, la integridad y la generosidad. Bajo esta definición amplia, el propio interés rara vez entra en conflicto con la moralidad. Así, la distinción entre compromiso con las normas e interés propio se ve resaltada en la concepción restrictiva y atenuada en la concepción amplia.

La premisa de que las personas son motivadas por compromisos normativos entra en conflicto con mucho del pensamiento económico, el cual descansa en un individuo que solamente se encuentra interesado en la riqueza, el poder, el placer y el prestigio. Los compromisos normativos, por el contrario, implican una concepción amplia del propio interés. El debate acerca de si la comprensión del Derecho requiere una concepción amplia o restrictiva del propio interés parece ser un terreno fértil para la discusión. Por el contrario, el debate acerca de si todas las conductas se encuentran en última instancia centradas en el propio interés parece ser un debate tautológico y además relativamente estéril. Por esta razón, no debatiremos sobre si todas las conductas –o no– se encuentran en última instancia centradas en el propio interés. En su lugar, se desarrollará nuestro argumento acerca de que la comprensión general del Derecho, y el Derecho que gobierna a las sociedades en particular requieren de una concepción amplia del propio interés.

Mientras que la infracción de un estándar social provoca críticas de parte de otros, la contravención de un estándar internalizado ocasiona auto-crítica y culpa. Aquellos que insisten que toda conducta se centra en el propio interés a menudo desean evitar la culpa en que el análisis que efectúa el actor para determinar el costo de la violación de

la norma. Indudablemente las personas desean evitar la culpa u otros sentimientos dolorosos. Sin embargo, al reducir el compromiso normativo para evitar la culpa se malinterpreta el compromiso, de manera tal que se subestima su estabilidad.

Para observar ello, consideremos dos maneras de evitar la culpa. Un individuo puede evitar la culpa cambiando su comportamiento o bien sus sentimientos. Para aquellas personas que solamente buscan evadir el sufrimiento físico, eliminar la culpa al zanjar el compromiso con la norma es igual de bueno como eliminar la culpa por actuar de acuerdo con la norma. Sin embargo, para las personas comprometidas con la norma estas dos maneras de obviar la culpa son desiguales. En efecto, para una persona comprometida, el único modo aceptable de eludir la sensación de culpa es actuar de acuerdo a la norma. Consecuentemente, el vínculo de una persona comprometida con una norma resulta más estable que la adhesión de quienes únicamente no desean percibir las sensaciones dolorosas derivadas del incumplimiento de la norma.

Hemos explicado que internalizar una norma involucra un compromiso que se expresa a través de la disminución de las reflexiones, o de las elecciones marcadas por el propio interés entendido en términos restrictivos. La internalización de los estándares se encuentra vinculada con un *buen perfil*, vale decir, por una auténtica disposición a adherirse a los estándares normativos, ya sea por reflejo o en base del compromiso, incluso cuando atente contra el propio interés. Para tener un buen perfil, una persona no necesita adherirse siempre a los estándares normativos, sino que es suficiente que tenga dicha disposición para hacerlo y que típicamente lo haga.

Alguna persona cínica argüirá que los individuos actúan conforme a los estándares normativos sólo por razones de reputación, a diferencia de aquellas motivaciones que causan la internalización. Nosotros rechazamos este argumento porque no solamente es contradicho por la experiencia, sino por los experimentos. En juegos de laboratorio conducidos por economistas y psicólogos sociales, las personas persistentemente cooperan más de lo que es predicho por los efectos en la reputación. Por ejemplo, las personas comparten los pagos que reciben con los demás, cuando hacer ello resulta innecesario en la medida que los efectos en la reputación se encuentran eliminados por el carácter anónimo de la conducta⁷.

⁷ Véase BAZERMAN, Max H. y Margareth A. NEALE. "The role of fairness considerations and relationship in a judgmental perspective of negotiation". En: Barriers to conflict resolution. Edición de ARROW, Kenneth y otros. 1995. p. 86; COOK, Karen y Karen HEGTVEDT. "Empirical evidence of the sense of justice". En: The sense of justice: Biological foundations of law. Edición de MASTER, Roger y Margaret GRUTER. 1992. pp. 187, 197-200; HOFFMAN, Elizabeth. "Behavioral foundations of reciprocity: Experimental economics and evolutionary psychology". En: Economic Inquiry. Volumen 36. 1998, pp. 335 y siguientes; HOFFMAN, Elizabeth. "Preferences, property rights and anonymity in bargaining games". En: Games & Economic Behaviour. Volumen 7. 1996, pp. 346 y siguientes; HOFFMAN, Elizabeth y Matthew SPITZER. "Entitlements, rights and fairness: An experimental examination of subjects' concepts of distributive justice". En: Journal of Legal Studies. Volumen 14. 1985. pp. 259 y siguientes; RABIN, Matthew, "Incorporating fairness

Fuera del laboratorio, la internalización de las normas explica importantes tipos de comportamiento del Gobierno y el Derecho que dejan perplejas a aquellas teorías que manejan una definición restrictiva del propio interés. Para ilustrar esta afirmación, los abogados en los Estados Unidos de América a menudo abandonan puestos lucrativos para convertirse en jueces federales, presumiblemente porque disfrutan de participar en la vida pública y de poder dar forma al Derecho según su propia visión. En otras palabras, los jueces sacrifican su propio interés entendido en términos restrictivos por el bienestar de expresar sus ideas, incluyendo sus propios compromisos normativos en la vida pública. Pensemos en otro ejemplo, la sanción por la evasión de impuestos en la mayoría de países, descontada la probabilidad de persecución y castigo, resulta relativamente baja con respecto a la ganancia. Mientras que los modelos económicos del propio interés predicen bajos índices de cumplimiento fiscal, en ciertos países, tales como Estados Unidos y Suiza, se disfruta de un alto índice de cumplimiento. Los ciudadanos de estos países aparentemente internalizaron el compromiso normativo de pagar sus impuestos⁸.

La Economía explica el comportamiento como la confrontación de las preferencias frente a las oportunidades. Para los economistas, las preferencias son valores internos que se manifiestan en las elecciones, mientras que las oportunidades son limitaciones externas. Al internalizar los estándares normativos, estos se logran incorporar en las preferencias. Por el contrario, sin internalización la obligación permanece en el exterior y por lo tanto sólo afecta al comportamiento al constreñirlo. Los economistas asumen típicamente que los individuos consideran sus reputaciones sólo como una restricción externa impuesta y no como la expresión de valores internalizados. Esta perspectiva de análisis niega tanto que los individuos tengan como preferencia el adherirse a los estándares normativos, como que la preferencia a obedecer estándares normativos afecta el comportamiento agregado en equilibrio.

Hasta el momento hemos estado discutiendo acerca de un *buen perfil en general*, por tal noción entendemos la disposición de una persona a adherirse a los estándares normativos de la Sociedad, sea manera reflexiva o contra

sus intereses. Sin embargo, no es nuestra preocupación medular hablar sobre un buen perfil en general. Nuestra preocupación se centra en el perfil del buen agente, por dicha noción entendemos la disposición de un agente de una empresa a adherirse a los estándares normativos de tal sociedad, sea reflexivamente o en atención del compromiso, incluso cuando entren en colisión con sus intereses.

El perfil general y el perfil del agente son escindibles psicológicamente. Intentaremos aclarar la afirmación con un ejemplo, la mafia se especializa en negocios ilegales que requieren lealtad entre sus miembros y crueldad hacia los demás. Así, esta premia a los miembros con un buen perfil de agente y con un mal perfil en general. Por el contrario, las dos formas de perfil convergen cuando una institución requiere que sus miembros traten a los extraños de la misma manera que a los miembros de ella. Así, idealmente la Iglesia Católica requiere sacerdotes que practiquen la misma honestidad hacia los demás.

Al inicio del presente artículo discutimos sobre las limitaciones de la reputación como mecanismo para asegurar adhesión a las normas de la empresa. Específicamente, la reputación falla en garantizar la adhesión cuando surge una oportunidad para obtener una ganancia superior, reducidos los costos en reputación al defraudar la confianza de otra persona. En estas circunstancias, el cálculo de beneficios y costos exige que la persona sacrifique su reputación. De manera similar, la reputación tampoco previene la injusticia cuando la comunidad relevante no se encuentra en capacidad de detectar que un contrato implícito ha sido incumplido. Sin embargo, una persona con un buen perfil no se comporta de manera oportunista, en su lugar, dicha persona pasa por alto tales oportunidades y reflexiva o deliberadamente elige contra su propio interés. Así, el perfil del buen agente generalmente supera las limitaciones de la reputación.

V. ¿CÓMO LAS SOCIEDADES GARANTIZAN EL PERFIL DEL BUEN AGENTE?

Suponemos que todas las sociedades se benefician en caso sus agentes se traten justamente entre sí y frente a ella, si bien el contenido actual de las normas de equidad difiere entre las empresas.

into game theory and economics". En: American Economic Review. Volumen 83. 1993. pp. 1281 y siguientes; GRAHAM, Paul y Loomes BURROWS. "The impact of fairness on bargaining behavior". 1990 (manuscrito inédito). Véase en general BLAIR, Margaret y Lynn A. STOUT. "Trust, trustworthiness and the behavioral foundations of corporate law". En: University of Pennsylvania Law Review. Volumen 149. 2001. pp. 1735 y siguientes.

⁸ Eric Posner discute este fenómeno y brinda una alternativa racional en "Law and social norms: The case of tax compliance". En: Virginia Law Review. Volumen 86. 2000. pp. 1781 y siguientes.

Algunas sociedades también se benefician en caso sus agentes traten de manera justa a personas externas, en cuyo caso el buen perfil del agente se encuentra vinculado a un buen carácter en general. Otras empresas, sin embargo, se benefician en caso sus agentes se comporten de manera injusta con los terceros, en cuyo caso el perfil del buen agente va de la mano con un mal perfil en general.

¿Cómo pueden las sociedades garantizar el perfil del buen agente? Los más importantes mecanismos caen en las categorías de selección, filtración, educación y socialización. La selección ocurre cuando la perspectiva de que una persona tenga el perfil de un buen agente es tomado en cuenta al tomar decisiones de contratación. La filtración ocurre cuando el perfil del agente es tomado en consideración al decidir los ascensos. La educación ocurre cuando la sociedad voluntariamente se compromete a brindar programas, tales como los programas de cumplimiento, en los que comunica a los agentes sus normas. La socialización ocurre cuando a través de las interacciones informales entre los agentes de una empresa se comunican las normas de esta. Por ejemplo, la sociedad puede alentar a sus agentes a imaginarse a ellos mismos como jugadores de la empresa, promover eventos sociales que incrementen la cohesión entre ellos y así por el estilo.

La selección y la filtración requieren de personas que perciban el perfil de otros. El obstáculo para una percepción precisa se configura cuando las personas con mal perfil intentan simular un buen perfil. La habilidad para disimular efectivamente resulta limitada en la medida que el perfil se *trasluce*; esto es, las personas pueden divisar el perfil a través de las acciones realizadas, aunque no de manera perfecta. En términos estadísticos, que el perfil se divise significa que las personas pueden inferir de manera correcta un perfil auténtico en atención a las acciones con mayor frecuencia de lo que el azar podría producir. En ese sentido, si las personas no pudiesen inferir el perfil auténtico en atención de las acciones a una tasa superior que la del azar, entonces las personas racionales no intentarían efectuar tales inferencias; y si nadie intentase tales inferencias, entonces nadie engañaría acerca de su perfil. La propia posibilidad del engaño implica tanto que las personas asimilan los estándares normativos en sus perfiles, cuanto el hecho de que las personas infieren perfiles auténticos en base a evidencia objetiva con un margen de error inferior del que el azar produciría.

En general, la naturaleza crea un parásito para cada tipo de anfitrión. La propia existencia de un parásito presupone la existencia de un anfitrión. Los simuladores son parásitos no solamente porque redistribuyen en lugar de crear, sino también porque el engaño de algunos implica la

internalización y la autenticidad de muchos.

Como la reputación, el perfil del buen agente asegura sólo de manera imperfecta la adhesión a las normas de equidad específicas de una sociedad. Sin embargo, la sola imperfección no excluye el importante rol que los efectos sobre la reputación tienen en las empresas, así como tampoco la posibilidad de engaño no excluye el importante rol de los perfiles en las empresas.

En la sección siguiente discutiremos los procesos a través de los cuales una persona puede adquirir un buen perfil. Las sociedades en raras ocasiones proporcionan información acerca de cómo las personas adquieren un buen perfil; en su lugar, por lo general los individuos con buen perfil llegan con ellos a las sociedades. Por lo tanto, la selección y la filtración dominan a la educación y la socialización en las prácticas laborales de la mayoría de sociedades. Sin embargo, si estas recompensan el buen perfil de los agentes, entonces las personas sin un buen perfil como agente tienen incentivos para cambiar. En la sección siguiente discutiremos acerca de cómo las personas pueden cambiar sus perfiles.

VI. LOS ORÍGENES DE LOS VALORES

Las personas a menudo cambian su carácter para mejorar sus oportunidades. A manera de ejemplo, los banqueros cultivarán la confianza, mientras que por su parte los especialistas en computación cultivarán la creatividad. De modo similar, el agente de una sociedad puede a menudo incrementar sus oportunidades al adquirir el perfil de un buen agente. Los superiores con un perfil de buen agente tienen ventaja sobre los demás para inducir un rendimiento supra contractual. Los superiores que inducen un rendimiento supra contractual de parte de sus subordinados incrementarán sus posibilidades de alcanzar el éxito que los llevará a un ascenso. De manera semejante, los subordinados con un perfil de un buen agente tienen ventaja sobre los demás para ganar la confianza de sus superiores. Los subordinados que son confiables tienen una mayor probabilidad de distinguirse y asegurarse un ascenso.

Los superiores también tienen un incentivo a desarrollar una visión más clara del perfil de los demás, en tanto que les permitirá seleccionar, filtrar, educar y socializar de manera más efectiva. De igual manera, resulta más probable que los subordinados perspicaces se vinculen con superiores con un buen perfil, quienes les devolverán su confianza. Un subordinado con un perfil de buen agente tendrá mayor posibilidad de tener como tutor a un superior. Los superiores perspicaces tenderán a adoptar como *protégés* a quienes puedan devolverles su confianza. En síntesis, mientras que los agentes con mal perfil se

presentan como parasitarios, los agentes con un buen perfil y los agentes con una visión clara de su perfil se presentan como entes simbióticos.

Los agentes con un auténtico buen perfil y los agentes que son buenos lectores de perfiles disfrutaban de una ventaja competitiva para encontrar socios para empresas cooperativas. Consecuentemente, la evolución nos ha provisto de señales y detectores de perfiles. Así, las fuerzas evolutivas operan entre y dentro de las sociedades para la selección tanto de agentes con un buen perfil, como de agentes con una visión clara sobre su perfil.

En la medida que las personas con un perfil de buen agente disfrutaban de mejores carreras, los agentes con un mal perfil tienen incentivos para mejorar. La mejora de un perfil involucra internalizar estándares normativos y a su vez adoptarlos. Mientras que la internalización se puede probar fácilmente, explicar como se efectúa resulta mucho más complicado. Cambiar las propias preferencias requiere de técnica. La plétora de libros de autoayuda y de terapeutas testifica el hecho de que uno no puede convertirse automáticamente en lo que uno desea. Los psicólogos han investigado ampliamente la internalización de las normas. De manera notable, Piaget y Kohlberg estudiaron las etapas que se presentan en el desarrollo del razonamiento moral de los niños⁹. De acuerdo con sus teorías, los niños perfeccionan la habilidad de internalizar las normas morales a medida que adquieren la capacidad para el razonamiento en general. Esta investigación causa la impresión de que el proceso es racional y sencillo.

Por el contrario, la *psicología profunda (depth psychology)*¹⁰ a menudo rastrea la internalización de la moralidad en los procesos irracionales

que resultan incipientes y complicados. De acuerdo con estas teorías, la internalización de la moralidad arraiga nuevos impulsos en un niño, a través de experiencias emocionales. Un ejemplo es la teoría de Freud acerca de que la moralidad es el *fantasma en la guardería*, esto es, la memoria reprimida de los castigos paternos¹⁰. La represión transmuta el miedo en culpa. La idea freudiana de que la internalización se vincula a la *sanción de la culpa* por la violación de las normas encaja bien con los modelos económicos en los cuales el comportamiento se deriva de un cálculo de los beneficios y costos psicológicos¹¹. Más recientemente, los teóricos han argumentado que las personas experimentan una *disonancia* cuando los hechos entran en conflicto con los compromisos. Para aliviar esa disonancia, las personas cambian sus creencias acerca de los hechos o cambian sus compromisos con los valores¹².

Hemos mencionado algunas teorías psicológicas acerca de cómo cambian las preferencias. Tal vez estas teorías resultan primitivas o acaso soportan la promesa de lograr técnicas efectivas para cambiarse a uno mismo. En cualquier caso, es suficiente para la mayoría de propósitos del presente artículo asumir que las personas pueden cambiar sus preferencias a algún costo sin explicar como lo hacen. Entonces, ahora pasemos a la lógica de la elección de las propias preferencias.

Asumiendo que las preferencias influyen en las oportunidades, cabe preguntarse ¿cómo una persona racional elige sus propias preferencias? Una posibilidad se centra en invocar meta-preferencias o bien preferencias de orden superior¹³. Para ilustrar la idea, pensemos en que las elecciones de una persona pueden revelar su preferencia de la leche sobre la Coca Cola. Detrás

⁹ Piaget presentó sus ideas acerca de las etapas en el desarrollo mental en una serie de libros escritos en francés a inicios de la década de 1930, incluyendo PIAGET, Jean. "The moral judgment of the child", traducción de Marjorie Gabain. 1965. pp. 12-108. Kohlberg también desarrolló sus ideas en una serie de libros y artículos que cubren muchos años; véase KOHLBERG, Lawrence. "The philosophy of moral development: Moral stages and the idea of justice". En: Essays on moral development. 1981. pp. 1 y siguientes, 409-412, en cuyos apéndices subraya su cuenta de seis etapas en el desarrollo moral. De la aproximación de Kohlberg se derivaron una ola de críticas por parte de las feministas, de manera notable GILLIGAN, Carol. "In a different voice: Psychological theory and women's development". 1982. pp. 18-23. Véase también LYONS, Nona. "Two perspectives: On self, relationships and morality". En: Mapping the moral domain. Edición de GILLIGAN, Carol, WARD, Janie Victoria y JILL MCLEAN TAYLOR. 1988. p. 21.

¹⁰ Se trata de un término acuñado para hacer referencia a las aproximaciones de corte psicoanalítico, vale decir, para el estudio del inconsciente y su relación con el plano de la consciencia.

¹⁰ En la teoría de Freud, la moralidad es la memoria reprimida de los castigos y del trato que recibió el hijo de parte de sus padres. En términos técnicos, el superego emerge cuando un niño reprime sus temores edípicos y se identifica con su padre. Véase FREUD, Sigmund. "The ego and the id". Edición de STRACHEY, James. Traducción de Joan Riviere, W. W. Norton & Co. 1962. pp. 18-29. Una explicación clara del punto se puede consultar en WOLLHEIM, Richard. "Freud". 1971. pp. 177-218.

¹¹ Sobre el uso de la sanción de la culpa para cambiar la matriz de pago en un juego, véase CASSON, Mark. "The economics of business culture: Game theory, transaction costs and economic performance". 1991. pp. 29-52. Típicamente los filósofos anti-utilitarios rechazan aquella teoría que construye un principio de moralidad que involucra sopesar razones alternativas y equilibrarlas. Por ejemplo, véase la teoría de los motivos de exclusión en RAZ, Joseph. "The morality of freedom". 1986. p. 267-287.

¹² AKERLOF, G. A. "The economic consequences of cognitive dissonance". 1986; RABIN, Matthew. "Cognitive dissonance and social change". En: Journal of economic behavior and organization. Volumen 23. 1994. pp. 177 y siguientes.

¹³ LANCASTER, Kelvin J. "A new approach to consumer theory". En: Journal of Political Economy. Volumen 74. 1966. pp. 132 y siguientes.

de tal elección puede hallarse la preferencia de la salud sobre la enfermedad. En este ejemplo, la preferencia de primer orden es la leche y la preferencia de segundo orden es la salud. Detrás de nuestras preferencias particulares descansan preferencias más generales y abstractas. En el más alto nivel, tal vez algunas personas ordenan todas sus específicas elecciones con respecto a un valor supremo. Los candidatos tradicionales para erigirse como el supremo valor entre los filósofos incluyen tanto al placer como a la felicidad, mientras que los economistas típicamente favorecen a la riqueza, los teóricos políticos en ocasiones lo hacen a favor del poder y los teólogos en ocasiones lo hacen a favor de la piedad.

La existencia de diferentes ordenes de preferencias proveen una explicación potencial de cómo las personas racionales elegirían sus propias preferencias. Si el orden más bajo de preferencias de una persona afecta sus oportunidades, entonces tal persona debe elegir su orden más bajo de preferencias de manera tal que resulte en la maximización de las oportunidades de satisfacer sus preferencias de orden más alto. Para ilustrar la idea, un eudemonista elegirá la honestidad sobre la deshonestidad en la medida que la primera incrementa su felicidad. De manera similar, un político ambicioso podría elegir la deshonestidad sobre la honestidad en tanto que la primera incrementa su poder. Si la cita de Adam Smith con la que se inició este artículo resulta correcta, una persona en los *estratos medios e inferiores de la vida* que desee riqueza deberá cultivar una virtud, específicamente *prudencia, justicia, firmeza y conducta moderada*.

En general, las preferencias de orden superior pueden proveer una guía para el cambio de las preferencias de orden más bajo. Los filósofos morales dedicaron mucho tiempo y energías para comprender la racionalidad en las preferencias de orden superior, mientras que los sujetos comunes y corrientes dedican relativamente pocos pensamientos a este problema. En efecto, muchas personas mantienen inciertas sus preferencias de orden superior. Para ilustrar esta idea, muchas personas no están muy seguras acerca del alcance de sus preferencias de la riqueza sobre el placer, de la felicidad sobre la fama y de la virtud sobre el estatus.

La incertidumbre hace que las preferencias de orden superior sean una guía imperfecta para la elección. Afortunadamente, las personas a

menudo pueden efectuar decisiones racionales acerca de sus preferencias de orden inferior sin requerir de una guía de parte de sus preferencias de orden superior. Esto es posible cuando el efecto de las preferencias de orden inferior sobre las oportunidades es lo suficientemente fuerte. Un ejemplo ayudará a aclarar la idea, si el aprendizaje diligente en las escuelas promueve tanto la felicidad como la riqueza, entonces un estudiante que se mantiene inseguro acerca de la importancia relativa de la felicidad y la riqueza tiene todavía suficientes razones para aprender diligentemente. O, si es que Adam Smith está en lo correcto, una persona de clase media que tiene inseguridad acerca de la importancia relativa de la virtud sobre la fortuna todavía tendrá suficientes razones para aprender acerca de la prudencia y la justicia.

Una idea prestada de la economía del bienestar puede mostrarse prominente al generalizar esta visión. Asumamos que una persona con preferencias U^0 disfruta oportunidades F^0 . Digamos que X^0 denota el punto en que F^0 maximiza U^0 . También asumamos que cambiando su ejecución de manera tal que mejore su perfil mejorarán sus oportunidades. Específicamente, una persona con preferencias U^0 que cambia a U^1 genera oportunidades para cambiar de F^0 a F^1 . Entonces X^1 denota el punto en que F^1 maximiza U^1 .

¿Debe una persona hacer el cambio? Si el incremento en las oportunidades es lo suficientemente grande, entonces X^1 será preferible a X^0 sea por uno u otro conjunto de preferencias. Subrayando que $U^1(X^1) > U^1(X^0)$ y $U^0(X^1) > U^0(X^0)$. Después de hacer el cambio en las preferencias, las oportunidades que disfruta la persona son mejores que las anteriores tanto respecto de sus nuevas preferencias como de las antiguas. Este hecho brinda la razón para efectuar el cambio en las preferencias.

A un cambio que es mejor con respecto a las preferencias de todos los afectados se le denomina como una mejora en términos de Pareto. Por analogía, un cambio en las preferencias que deja a una persona mejor con respecto tanto de sus preferencias originales y sus preferencias finales puede recibir el nombre de una *auto-mejora en términos de Pareto*¹⁴.

Hemos explicado que el ímpetu por mejorar el propio perfil a menudo viene de reconocer que

¹⁴ Este concepto es analizado gráficamente en COOTER, Robert. "Models of morality in law and economics: Self-control and self-improvement for the "bad man" of Holmes". En: Boston University Law Review. Volumen 78. 1998. pp. 903 y siguientes. figura 4. Partiendo de lo simple a lo complejo, los manuales de microeconomía primero explican la lógica de las preferencias en un mundo sin tiempo y luego introducen las complicaciones temporales. De manera similar, discutimos la lógica de los problemas de cambiar las preferencias en un mundo sin tiempo. En este artículo no hemos considerado el problema de la consistencia temporal, la cual requiere reconciliar las elecciones racionales con el desplazamiento del humor y otras emociones temporales.

un mejor perfil nos lleva a mejores oportunidades. Al ofrecer mejores oportunidades a las personas con mejores perfiles de agente, las sociedades motivan a las personas a adquirir estos perfiles. Así, las sociedades no cambian a las personas sino que les dan incentivos a que ellas cambien por sí mismas.

VII. CONCLUSIÓN

Hemos explicado los problemas de agencia que acosan a las sociedades y que promueven conductas oportunistas de los empleados. El comportamiento oportunista redistribuye el valor, mientras que el comportamiento cooperativo crea valor y así contribuye a las ganancias. Los agentes que han internalizado las normas de equidad específicas se encuentran menos inclinados al oportunismo y son más capaces de cooperar. Así, los agentes que internalizan las normas de equidad específicas para una empresa adquieren un buen perfil y actúan auténticamente en virtud a los valores internalizados, mientras que los agentes con un mal perfil actúan instrumentalmente y de manera oportunista.

El perfil del buen agente transmite una ventaja a los superiores y subordinados acerca de formar relaciones cooperativas con otras personas que puedan leer estos perfiles. Como consecuencia, la evolución nos adaptó a brindar señales y a identificar los perfiles. Sin embargo, para cada anfitrión la evolución creó un parásito. Por ello son simuladores efectivos quienes transmiten falsas señales, y ello les hace disfrutar de ventajas estratégicas para engañar a otros. Los simuladores, sin embargo, son parásitos no sólo porque redistribuyen en lugar de crear, sino porque ellos no pueden engañar a nadie de manera exitosa a menos que existan personas que se comporten auténticamente.

Consideramos que casi toda sociedad se beneficia de las efectivas normas de equidad que hay dentro de su estructura, aunque el contenido actual de estas normas difiere entre las empresas. Así, las fuerzas de la evolución operan tanto entre, como dentro de las sociedades que brindan premios por seleccionar a quienes tengan un buen perfil como agente o bien una visión clara sobre los perfiles. Las empresas que sobreviven, sin embargo, pueden tratar con terceros de diversas maneras, algunos confían en la honestidad y otros en el engaño. En un equilibrio competitivo, todas las sociedades que sobreviven son igualmente rentables. La mixtura de honestidad y engaño que sobrevive dependerá básicamente de la naturaleza del mercado. Así, algunos mercados, como el de seguros, presumiblemente equilibran una mixtura

que favorece a los vendedores honestos, mientras que en otros mercados, tales como de autos de segunda mano, equilibrarán la mixtura de manera tal que se favorezca a vendedores deshonestos. Por su parte, las transacciones que se repiten tienden a favorecer la honestidad, mientras que las transacciones muy valiosas y que se realizan una sola vez tienden a favorecer la deshonestidad.

Un argumento similar aplica también en los individuos. Los individuos obtienen una ventaja de la visión clara acerca del perfil de los demás. Así, las fuerzas de la evolución deben recompensar y seleccionar una visión clara acerca de los perfiles de las personas. Al igual que las personas que tienen claridad acerca de los perfiles, las personas con un buen perfil como agente tienen una ventaja para recibir mejores oportunidades de vincularse con personas que cooperan. Los simuladores, sin embargo, tienen la ventaja de provocar confianza y de esta manera obtienen el poder de aprovecharse de otros. La competencia en los negocios puede ejercer fuertes presiones sobre el perfil. Si bien la competencia tiende a equilibrar tasas de retorno, en un equilibrio evolutivo, la autenticidad y los engaños son en promedio igualmente rentables¹⁵. En síntesis, la extensión de la autenticidad y el engaño dependerá de las características del mercado. Las señales auténticas son más sencillas de distinguir que las simuladas en transacciones repetidas: una persona con buen perfil recibirá un premio en su salario por parte de los empleadores que lean adecuadamente su perfil. Consecuentemente, los mercados con transacciones repetidas tienden al equilibrio cuando los individuos auténticos son mucho más numerosos que los simuladores.

Diferenciar a las sociedades en los mercados es un tema que preocupa a la teoría de la empresa. Nuestras reflexiones sobre el buen perfil como agente sugieren una diferencia entre las sociedades y los mercados. Los contratos incompletos agravan los problemas de agencia, cuyo control depende especialmente de reputación y carácter. Las personas desarrollan fácilmente lealtad, incluyendo obligaciones de equidad, hacia sus organizaciones y co-agentes. La sociedad supera parcialmente los problemas de agencia al desarrollar lealtad entre ella y sus agentes. Por el contrario, las personas rara vez desarrollan lealtad a los mercados. Para ilustrar la idea, es mucho más probable que un empleado de General Motors sienta lealtad hacia la empresa que hacia la industria automotriz. Las empresas existen parcialmente porque el perfil del buen agente soluciona el problema de cooperación dentro de ella mejor de lo que lo hace el buen perfil en general con el problema de cooperación dentro de los mercados.

Robert Cooter
Melvin A. Eisenberg

¹⁵ Asumimos que el aprendizaje para lograr autenticidad o engañar requiere una inversión similar de recuerdos por parte de los individuos.