
Ética y Agencia. Una revisión crítica de la neutralidad moral de la Teoría de la Agencia

Ethics and Agency. A Critical Review of the Moral Neutrality of Agency Theory

RECIBIDO: 5 DE ABRIL DE 2016/APROBADO: 8 DE MARZO DE 2017

JAVIER PINTO GARAY

Profesor de Ética Empresarial en la Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales de la Universidad de los Andes, Santiago de Chile

jpinto@uandes.cl

PAOLA LISBOA CORDARO

Socia gerente de Work & Projects, Chile

plisboac@gmail.com

Resumen: El presente artículo tiene por objetivo describir la Teoría de la Agencia (TA) a la luz de sus principios antropológicos, de modo que sea posible entender si esa teoría es una argumentación de corte utilitarista y, de ser así, cómo podría considerarse críticamente desde la ética empresarial. Como se mostrará en este trabajo, la TA se basa principalmente en dos marcos conceptuales: el institucionalismo de Ronald Coase para una explicación de la naturaleza de la empresa, por un lado, y la teoría del comportamiento económico (*economic behavior*) de Gary Becker, por otro. Con estos antecedentes, y en especial con la consideración de las ideas de Becker, se pueden rastrear los argumentos antropológicos de la TA, ubicándolos en el ámbito de las argumentaciones de tipo utilitarista. Esto es posible no por una referencia explícita de Gary Becker a la tradición filosófica del utilitarismo en Bentham y Mill, sino por una comprensión de la naturaleza de la actuación individual que, tanto en Becker como en la TA, se caracterizan por una comprensión de la conducta humana como de naturaleza individualista y basada en un cálculo de conveniencia al modo del cálculo económico. Esta idea es importante para la ética empresarial cuando la TA considera que el cálculo de conveniencia es amoral, y que ello implica, entre otros problemas, una promoción del comportamiento oportunista.

Keywords: Teoría de la Agencia, Utilitarismo, Ética empresarial.

Abstract: The aim of this work is to show the philosophical principles of Agency Theory in order to understand if this theory presents an argumentation on human behavior that we can describe as utilitarian, and if so, how it could be critically considered from Business Ethics. As we will see, Agency Theory is based on two main conceptual frameworks: the first one is Coase's Institutionalism as for understanding the nature of the firm and, the second one, Gary Becker's theory of economic behavior. In this paper we will show how Agency Theory incorporates Gary Becker's theory and, consequently, a description of human behavior that we can understand as utilitarian, not only when Becker ideas have an explicit reference to the philosophical utilitarianism of Bentham and Mill, but also because of an understanding of human behavior described as individualistic and based on an evaluative maximization calculus of convenience. From Business Ethics theory, such calculus must be considered amoral and, as such, implies a culture of opportunism, among other problems within the origination.

Keywords: Agency Theory, Utilitarianism, Business Ethics.