

ENLACES

IDENTIDAD

HISTÓRICO

ESCRÍBANOS

Y la crisis que no afloja...

Al menos se esperaba que las quiebras del último semestre del año pasado hubieran sido el grueso del derrumbe, pero este inicio de año ha provocado un desencanto similar: siguen las caídas, siguen las pérdidas; siguen los planes de salvataje, continúan los programas de mitigación de la crisis económica mundial y, lo que es más preocupante, los diagnósticos se derrumban a la misma velocidad con la que caen las soluciones.

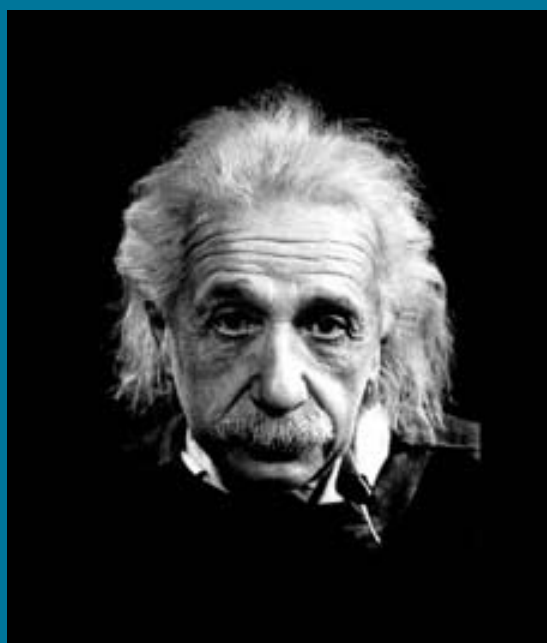
Pero cada vez es más evidente que el gobierno corporativo se ha erigido como un fuerte acicate para el desarrollo de aquellas empresas que ya piensan en su estrategia poscrisis.

Siempre serán bienvenidas sus comunicaciones, sus opiniones, sus críticas. Les animamos a que comencemos a discutir abiertamente el futuro del gobierno corporativo para el Ecuador, a través de este canal de información.



ENTREVISTA

Einstein y la crisis



“No pretendamos que las cosas cambien, si siempre hacemos lo mismo. La crisis es la mejor bendición que puede sucederle a personas y países, porque la crisis trae progresos. La creatividad nace de la angustia como el día nace de la noche oscura. Es en la crisis que nace la inventiva, los descubrimientos y las grandes estrategias.

Quien supera la crisis se supera a sí mismo sin quedar “superado”.

Quien atribuye a la crisis sus fracasos y penurias, violenta su propio talento y respeta más a los problemas que a las soluciones. La verdadera crisis, es la crisis de la incompetencia. El inconveniente de las personas y los países es la pereza para encontrar las salidas y soluciones. Sin crisis no hay desafíos, sin desafíos la vida es una rutina, una lenta agonía. Sin crisis no hay méritos.

Es en la crisis donde aflora lo mejor de cada uno, porque sin crisis todo viento es caricia.

Hablar de crisis es promoverla, y callar en la crisis es exaltar el conformismo.

En vez de esto, trabajemos duro.

Acabemos de una vez con la única crisis amenazadora, que es la tragedia de no querer luchar por superarla”.

Albert Einstein

ANÁLISIS

El gobierno de la empresa en el siglo XXI

José Luis Lizcano

En los ochenta, las grandes empresas, con sus consejos de administración a la cabeza, reconocían la maximización del valor para el accionista como objetivo principal.

El llamado modelo financiero no dejaba margen alguno para distraer la atención de dicho objetivo. Los recursos disponibles debían destinarse a alcanzar el mayor valor de mercado posible, en la confianza de que los mecanismos de funcionamiento existentes eran suficientes para la correcta interacción de todos los agentes. De forma natural, casi automáticamente, el mercado, libre y soberano, trasladaba a cada cual la parte que le correspondía: rentabilidad a los accionistas e inversores, salarios a los empleados, productos y servicios a los clientes e impuestos al Estado.

En los noventa, se dieron a la luz pública los buenos resultados que estaban obteniendo algunas empresas atípicas, que se salían de los estándares propios del modelo financiero de gobierno corporativo. Aunque no resultaba un fenómeno totalmente nuevo, ya que siempre han existido empresas con valores distintos de los puramente financieros, sí llamaba la atención el interés alcanzado en determinados ámbitos de la sociedad, que con campañas de cierta repercusión apoyaron de manera decidida a estas compañías, las cuales anteponían valores sociales y ambientales a la cultura de la maximización del beneficio.

Después de más de una década de debate, análisis e inicio de medición de resultados, nos encontramos en la actualidad con un modelo de empresa socialmente responsable que ha ganado consistencia tanto en el plano teórico como en la práctica, así como la divulgación, ya que, hoy en día, se puede decir que la responsabilidad social corporativa es algo generalmente conocido en el mundo empresarial.

Algunos se preguntan aún si la responsabilidad social ha llegado para quedarse o, por el contrario, nos encontramos ante un fenómeno pasajero que, como



ha ocurrido antes con otros temas, quedará en agua de borrajas y si acaso como suave barniz para un modelo financiero de gobierno corporativo preponderante. Sin duda el tiempo lo dirá, así como los resultados generados, no sólo en términos económicos, sino, lógicamente, en términos de legitimidad social, ya que, en cualquier caso, lo uno (rentabilidad) no ha de estar reñido con lo otro (responsabilidad social).

Si, como parece, la coherencia de los postulados del modelo de responsabilidad social respecto a las exigencias de la sociedad del siglo XXI ofrece sólidos argumentos acerca de su sostenibilidad, las empresas han de empezar a prepararse para comprender, primero, e implantar con acierto, después, los aspectos fundamentales de un modelo de organización que puede marcar las pautas competitivas del mercado en los

próximos tiempos.

La penetración en las empresas de las nuevas tendencias no suele producirse desde sus máximos órganos de dirección y control, más bien son determinados departamentos y personas con dotes de liderazgo los que generalmente impulsan a las organizaciones a incorporar las novedades del mercado. Podría decirse que la ventaja competitiva adquirida por medio de la exitosa incorporación de las corrientes principales del mercado es inversamente proporcional al tiempo que la alta dirección emplea en integrar éstas en el gobierno y en la estrategia de las compañías, es decir, a mayor demora en la implantación de las tendencias de éxito, menores son las posibilidades de conseguir ventaja competitiva.

La responsabilidad social corporativa, basada en el modelo de empresa pluralista, donde se reconocen como legítimos y de forma equilibrada los intereses de las diferentes partes implicadas, puede presentarse sobre el papel como un sistema complejo, exigente en medidas específicas en el campo del gobierno, la gestión y el control. No obstante, desde la perspectiva del gobierno corporativo, cabría preguntarse si los actuales mecanismos de dirección, control e incentivos, centrados exclusivamente en atender la problemática originada por los conflictos de interés entre propietarios y directivos, resultan adecuados.

El gobierno de las empresas, influido por el entorno económico-social, ha de adaptarse a las cambiantes condiciones competitivas. En un mercado imperfecto, condicionado por fuertes desequilibrios, producto en gran medida de los fallos del modelo empresarial imperante, se hace necesario explorar nuevas soluciones. Anticipándose a la siempre previsible inflación de controles del mercado, habría que plantearse, en primer lugar, si el modelo financiero de empresa genera en estos momentos confianza suficiente y, por lo tanto, es el adecuado para afrontar los exigentes retos de la sociedad del nuevo siglo, o si, por el contrario, esto no es así.

NOTICIAS

Bogotá.- La transparencia es clave para la relación con los clientes, y aunque las empresas han avanzado en esta materia, necesitan mejorar sus mecanismos de atención a los inversionistas. Así se desprende de un estudio de Interbolsa hecho entre 18 empresas, que en el último trimestre del 2008 representaban el 86,3% del índice general de la Bolsa de Valores de Colombia. Allí, se analizó cómo las compañías daban a conocer sus resultados financieros y sus departamentos de relación con los inversionistas. En términos generales, las firmas que se destacaron fueron Bancolombia, Éxito, Suramericana, Cementos Argos, Nacional Chocolates y Ecopetrol. Para Interbolsa, no es extraño que las que lideran el listado sean las más grandes en bolsa (equivalen al 75 por ciento de la capitalización bursátil), en parte porque las grandes empresas invierten más en mecanismos de comunicación con los inversionistas. En cuanto a divulgación de

información, las tres mejores fueron Bancolombia, Cementos Argos y Éxito, al tiempo que las líderes en relación con los inversionistas fueron Bancolombia, Suramericana y Ecopetrol. En cuanto a llamadas y presentaciones se destacaron Suramericana, Ecopetrol y Nacional de Chocolates. En medio de la observación, que se hizo tomando como referencia la presentación de los resultados del tercer trimestre del 2008, Interbolsa encontró elementos que deben mejorar en la relación con los inversionistas. En el aspecto de la imagen, por ejemplo, la firma debe estar en capacidad de suministrar información útil y precisa en el momento oportuno. Pero, hay ocasiones en las que no hay claridad sobre lo que esperan los inversionistas acerca de la empresa.

http://www.portafolio.com.co/economia/finanzas/2009-01-09/ARTICULO-WEB-NOTA_INTERIOR_PORTA-4746397.html

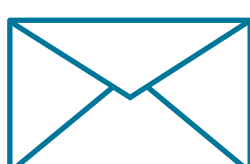
Lima.- Hay mayor crecimiento con gobierno corporativo.

El 80% de grandes empresas está dispuesto a trabajar bajo este formato.

Con un buen gobierno corporativo, la crisis mundial se hubiera evitado, afirmó Luis Felipe Arizmendi, presidente de Pro Capitales, en el seminario Introduciendo el Gobierno Corporativo en la Agenda del APEC, organizado por la Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas (UPC) y Pro Capitales.

Alfredo Ibarquén, socio director de IAAG Consultoría & Corporate Finance, citó el caso brasileño, donde las empresas que trabajaron bajo el formato de gobierno corporativo registraron mayores crecimientos que el resto antes de la crisis.

<http://www.elcomercio.com.pe/edicionimpresa/Html/2008-11-19/hay-mayor-crecimiento-gobierno-corporativo.html>



Comentarios
Eliminar registro / Remove
Administración
Información

goredco@gobiernocorporativo.com.ec