

La empresa ¿Será la solución? (El Financiero 03/06/10)

La empresa ¿Será la solución? (El Financiero 03/06/10) Carlos Ruiz González Jueves, 3 de junio de 2010 Los premios Nobel de Economía de 2009 reflejan la importancia de las corporaciones como un lugar natural para encontrar respuestas a las interrogantes que aquejan la economía global. La participación y la colaboración por sobre el mercado y el control central, serían el nuevo karma del capitalismo en el siglo XXI. Cada año los profesores de economía de la Universidad de Harvard participan en una quiniela que luego hacen pública, para pronosticar quiénes serán los ganadores del Premio Nobel de Economía. En 2009 reinó la sorpresa pues fueron realmente pocos los que atinaron a este reconocimiento: sólo figuró Oliver Williamson, uno de los laureados, con el 6 por ciento de las preferencias. La otra premiada, Elinor Ostrom, no recibió ningún voto. Un premio Nobel de Economía sorpresivo. Y no sólo porque, por primera vez, se lo dieron a una mujer, que además es académica en ciencias políticas y no economista, como suele ocurrir. Realmente, el Nobel de ese año da un mensaje interesante y fundamental respecto al papel de las empresas en la dinámica económica y cómo pueden contribuir a un modelo económico más equilibrado. Gran parte del debate actual respecto al modelo de capitalismo que se busca -incluso respecto al sistema financiero global- es si se requiere más, menos o mejor regulación, algo que, por ejemplo, en este momento se está discutiendo respecto al nuevo sistema de Health Care en Estados Unidos. Sin embargo, tanto Ostrom como Williamson encuentran en el comportamiento humano la generación de reglas de gobierno (governance, sería el término técnico en inglés que se ocupa para el gobierno de las empresas) sin la imposición de unilateral de normas por parte de una instancia externa, como puede ser un organismo regulador. La doctora Elinor Ostrom recibió el premio como reconocimiento a sus aportaciones sobre los bienes de uso común. A través de sus investigaciones, Ostrom ha demostrado que si un grupo de personas comparten la propiedad sobre un lago, un bosque o sobre otros bienes, del cual depende su sobrevivencia, tienden a vigilarse entre ellos mismos y a generar reglas de uso y comportamiento para la preservación de los mismos. Las soluciones habituales para la administración de estas propiedades eran la privatización o la gestión colectiva. La aportación de Williamson, por su parte, explica los límites del tamaño de las empresas. Por ejemplo, según este profesor, la integración vertical se produce como una forma de tomar decisiones entre agentes económicos de manera menos costosa y más rápidamente, que lo que tardarían las negociaciones entre actores individuales. Para esto, por supuesto, es necesario generar reglas de autogobierno. Lo más interesante es que estas reglas de gobierno ya han sido planteadas en las empresas desde hace al menos 20 años, convirtiendo a las corporaciones en un espacio natural para la búsqueda de formas de resolución eficientes y eficaces a los conflictos entre el mercado y los diversos grados del control central gubernamental. Lo que estos profesores proponen es precisamente un sistema de governance, ya que si se deja todo a los mercados va a haber unos que se van a aprovechar en su propio beneficio, perjudicando a los demás. Ahora, si se delega todo al gobierno, va a suceder algo similar: van a tratar de aprovecharse algunos como en el caso de Luz y Fuerza del Centro, que era cautiva de un sindicato poderoso. ¿O alguien podría decir que los consumidores tenían mucho que decir respecto de la calidad del servicio que daba esta empresa? Pero el concepto de governance del que hablan estos profesores y que se puede apreciar en las empresas, no tiene que ver solamente con los Consejos de Administración. Es un tema de tomar resoluciones entre varios, no para que la gente se sienta tomada en cuenta, sino para que mejore la calidad de la decisión. Un verdadero governance, como lo señalan estos dos profesores ganadores del Nobel, incluye no nada más a los que dirigen la compañía, sino también a los consumidores, a los clientes, usuarios, y eso asegura que no se tomen decisiones que los perjudiquen a ellos. Profesor del Área de Política de Empresa y director del Programa de Alta Dirección (AD-2) en el Instituto Panamericano de Alta Dirección de Empresa (IPADE)