

CÓMO INCIDE LA ÉTICA EMPRESARIAL EN LA GESTIÓN DEL RIESGO

D^a Sonia LÓPEZ SÁIZ sonia.lopez@urjc.es

D^a Sandra ESCAMILLA SOLANO sandra.escamilla@urjc.es

Universidad Rey Juan Carlos

ABSTRACT

Tanto el análisis de la gestión del riesgo como el interés por la responsabilidad social de las empresas (en adelante RSE) viene de lejos. De hecho, numerosos estudios realizados a lo largo del siglo pasado han manifestado la preocupación que tienen tanto las empresas como el mundo académico por ambas cuestiones. Basta recordar las aportaciones que han hecho Markowitz sobre los riesgos y Friedman sobre las RSE. Nuestra intención, con este trabajo, es demostrar la estrecha vinculación que existe entre la gestión del riesgo y la responsabilidad social de la empresa.

Both, the analysis of the management of the risk and the interest for the social responsibility of the companies, come from a long time ago. In fact, numerous studies realized through last century have shown the worry that there have both, companies and academic world, in both questions. It is enough to remember the contributions that have made Markowitz about the risks and Friedman on the social responsibility of the company. Our intention, with this work, is to demonstrate the narrow link that exists between the management of the risk and the social responsibility of the company.

Key words: management of risk, social responsibility, ethics.

1. INTRODUCCIÓN

El estudio de la gestión del riesgo ha sido siempre un tema importante para las empresas. A lo largo de la historia siempre ha sido trascendental el análisis del riesgo, entendido como la incertidumbre ante una contingencia desfavorable o como una pérdida potencial que se sufriría si una posición dada no sucediera. Ya los griegos aprovechaban su tiempo para estudiar la probabilidad de que sucediera algo esperado, en vez de contemplar a que sucediera sin más. Posteriormente, los estudios realizados, a principios del s. XX, en los distintos campos como la física, psicología y economía empiezan a manifestar la preocupación por este tema y como intentar medirlo e incluso como extrapolar dichos cálculos a los negocios¹. También son relevantes los estudios realizados por Harry Markowitz “...donde llega a colocar el riesgo al mismo nivel que la rentabilidad entre los gestores de carteras...”¹. A finales del s. XX es importante destacar como a través de los Códigos de Buena Conducta de las empresas se intenta explicar, entre otras cosas, cuál debe ser la forma de supervisar las políticas de gestión de riesgos por parte de los directivos y su vinculación con actuaciones éticas por parte de los mismos, es decir, cómo gestionar la responsabilidad social empresarial dotándolos de medidas, directrices e instrumentos con el fin de ofrecer a los accionistas, instituciones y demás agentes del entorno la transparencia en la toma de decisiones.

¹Gosselin, T. (2006). “Inversión Socialmente Responsable: La gestión del riesgo y la calificación de criterios RSE”, Forética.

A pesar de que el interés por la RSE no es algo nuevo - ya que en la década de los sesenta en Estados Unidos se debatía sobre este nuevo objetivo empresarial -, sí es cierto que en los últimos tiempos esta preocupación se ha incrementado debido, sobre todo, a los escándalos financieros y al cada vez mayor poder que ostentan las grandes compañías multinacionales. Por ello, es habitual que las grandes empresas publiquen sus memorias corporativas en las que detallan sobre las políticas de responsabilidad social que han desarrollado a lo largo de un ejercicio económico.

Este trabajo se estructura como sigue; en la primera parte intentaremos ver cuáles son las distintas definiciones y clasificaciones existentes sobre el riesgo y su gestión. A continuación se analiza la Responsabilidad Social de la Empresa y su vinculación y/o relación con la gestión de riesgos y cómo un comportamiento socialmente responsable por parte de las empresas afecta de forma positiva a la gestión de riesgos.

2. LA GESTIÓN DEL RIESGO

La existencia de numerosos diccionarios económicos y financieros hace que no exista una definición común y única sobre el riesgo. Por ello, nuestro objetivo será enumerar las definiciones y acepciones existentes, de forma que podamos observar las distintas visiones del mismo.

Suárez Suárez, A. en su *Diccionario terminológico de Economía, Administración y Finanzas* define riesgo como “la eventualidad o contingencia que puede causar pérdida. Una acción económica comporta riesgo siempre que sus resultados dependan, en mayor o menor medida, del azar (del árabe al zahr, que significa dado). El riesgo de un activo económico o financiero viene determinado por el grado de dispersión de sus rendimientos esperados. Como medida de dicha dispersión suele utilizarse la varianza o la desviación típica. Hace referencia al riesgo total si no se dice otra cosa”.

Por su parte, Heras, J. en su *Diccionario de mercados financieros* define riesgo como “la incertidumbre que puede afectar a determinada actividad o al resultado de una operación. Cuando hablamos de seguros, se entiende por riesgo la posibilidad de ocurrencia de un evento, llamado siniestro, que de producirse comportaría efectos negativos y daño económico”.

Tamames, R. en el *Diccionario de Economía y Finanzas* considera el riesgo como “aquella contingencia o eventualidad de un daño o de una pérdida como consecuencia de cualquier clase de actividad, y cuyo aseguramiento puede ser objeto de contrato”.

Por último, cabe decir que el *Diccionario de la Real Academia Española* nos indica que el riesgo es en su primera acepción aquella contingencia o proximidad de un daño; su segunda acepción nos dice que cada una de las contingencias pueden ser objeto de un contrato de seguro.

Podemos concluir, que riesgo es aquella contingencia, eventualidad o incertidumbre cuyo resultado es el daño o pérdida como consecuencia de una operación o actividad desfavorable a la empresa, individuo o agente del mercado; pudiendo ser objeto todas ellas de un contrato de cobertura del mismo mediante los mecanismos que ofrece el mercado.

El hecho de definir el riesgo conlleva admitir que ante cualquier toma de decisiones por parte de los directivos de una empresa o de un inversor deben tener presente dicho factor condicionante. En definitiva, por un lado, y desde el punto de vista del inversor siempre va a dirigir sus ahorros hacia aquellos títulos con mínimo riesgo y máxima rentabilidad. Por otro lado, desde el punto de vista de la empresa, se intentará aplicar políticas de riesgos que minimicen la variabilidad de los títulos para obtener y garantizar la permanencia de sus inversores, es decir, desarrollará estrategias de fidelización con el fin de asegurarse dicha fuente de financiación. Por ello, el inversor exigirá más rentabilidad o rendimiento cuando la actividad de la empresa se mueva hacia entornos inestables o con mayor grado de incertidumbre.

En cuanto a la gestión del riesgo el *Diccionario de Ingeniería Financiera* de Marshall, J. lo define como “El uso de tecnología de ingeniería financiera para gestionar los riesgos asociados con posiciones financieras y exposiciones. Estos riesgos incluyen el riesgo de mercado, el riesgo de impago, el riesgo de modelo, el riesgo legal, y otras formas de riesgo financiero. En un plano más amplio, la gestión del riesgo abarca los riesgos comerciales diferentes del riesgo financiero (por ejemplo, el riesgo sistemático, el riesgo de obsolescencia, el riesgo de patente, el riesgo de contingencias,...)”.

El *Diccionario Enciclopédico Empresarial* elaborado por el *Instituto Superior de Técnicas y Prácticas Bancarias (1999 – BBVA)* nos dice que “ciñéndonos al ámbito financiero, la gestión de riesgos tiene como objetivos situar el/los riesgos considerados en el nivel que convenga a los intereses del gestor o a los intereses de los terceros que asumen los riesgos y por cuya cuenta actúa. Aparentemente la gestión debería buscar siempre la eliminación del riesgo, pero en el ámbito financiero se conjugan, como sabemos, una serie de factores que permiten en un marco racional, en unos casos asumir riesgos y en otros conseguir su cobertura, y tanto en uno como en otro supuesto con un abanico amplio de grados... Esencialmente los riesgos de precio/tipo de interés, riesgos de inmovilización o iliquidez, o los riesgos crédito son generales a la mayor parte de los activos, en tanto que en los pasivos el aseguramiento de los fondos para alejar el riesgo de suspensión de fondos exige una vigilancia sobre la estructura por plazos de las deudas y de los flujos de fondos que permitan cubrirlos,...”.

Por otro lado, el *Diccionario LID Tecnologías de Información y Comunicación de Elousa, Marcelino y Plágaro (2007)* nos explica la gestión del riesgo como el estudio sistemático de los riesgos de seguridad inherentes a un sistema o a una instalación. Contempla la identificación de los riesgos, los mecanismos de control recomendados y las medidas de supresión o reducción de los mismos a límites tolerables.

Debemos ser conscientes que cualquier operación o toma de decisiones lleva implicado un riesgo, siendo los directivos quienes deben gestionar el mismo de la forma más eficaz y eficiente posible. Para ello, debemos realizarnos unas preguntas básicas en toda gestión de riesgos²:

1. ¿Conozco cuáles son los riesgos de mi negocio?
2. ¿He evaluado el surgimiento de riesgos no tradicionales?
3. ¿Entiende la empresa cómo están interrelacionados los riesgos?
4. ¿Se tienen implantados sistemas que midan y vigilen los riesgos?
5. ¿Tenemos en cuenta los riesgos asociados a valores intangibles?

² KPMG (2004). “La gestión del riesgo empresarial: Corporate Governance, Gestión de Riesgos y Controles”.

Dentro de la gestión del riesgo es importante saber identificar los actuales tipos de riesgos a los que se enfrenta la empresa:

Díez de Castro, L. T. y López Pascual, J.³ diferencian entre *riesgo sistemático o de mercado*, es aquel que se deriva de factores externos a la empresa, los cuales no son controlables por la misma y *riesgo propio o específico*, es aquel que se debe a factores internos de la empresa y, por tanto, es controlable por ella.

Por ejemplo si nos centramos en el comercio exterior *Lázaro Hernández Muñoz*⁴ diferencian entre *riesgos especulativos* definiéndolos como aquellos riesgos que pueden originar tanto pérdidas como ganancias y surgen debido a políticas estratégicas y de empresas y *riesgos puros* aquellos que sólo generan pérdidas vinculados especialmente a hechos impredecibles en el tiempo.

Otro tipo de riesgo que podemos encontrar y que puede estar más adaptada a las circunstancias actuales es realizar una distinción entre *riesgos tradicionales* entendidos estos como aquellos riesgos derivados de una perspectiva financiera, es decir, riesgos comerciales, riesgos de seguros, riesgos en inversiones, riesgos financieros, riesgos cambiarios... y *riesgos no tradicionales* refiriéndonos a la reputación e imagen de marca⁵, el capital humano, el medioambiente, regulación, etc.

Por todo ello, debemos considerar los distintos agentes de la empresa, tanto internos como externos, que nos permitirán gestionar el riesgo mediante la gerencia de riesgos y el control interno, tareas desempeñadas por:

1. **Gerencia de riesgos:** encargado a la junta directiva. Tiene como cometido buscar aquellas alternativas más económicas que permitan hacer frente a los riesgos expuestos mediante la identificación, evaluación y control de los mismos, implantando códigos éticos y de buena conducta, mejora de procesos internos, etc.
2. **Control interno:** encargado a la gerencia de las empresas. Se encargará principalmente de la existencia de retroalimentación o feedback entre todos los grupos de interés, corporate governance, establecimiento de procesos y sistemas que nos permitan el control interno, etc. En cuanto al auditor externo se centrará en labores de inspección y supervisión de las actividades de las empresas, cumplimiento de normas de auditoría, etc.

Dentro de toda la bibliografía escrita podemos encontrar numerosos tipos de riesgos, como por ejemplo *riesgos asociados a la actividad principal de la empresa* como riesgos ligados al transporte de mercaderías, éstos son el transporte marítimo, aéreo, pérdida de la mercancía, riesgos operacionales ; *riesgos comerciales* como el riesgo de impagos por parte de un cliente, riesgos contractuales; *riesgos de índole técnica*⁶ asociados a los productos terminados, productos defectuosos; riesgos en procesos informáticos y en sistemas de información; *riesgos financieros* desde el riesgo económico, riesgo de crédito hasta el *riesgo de tipo de cambio* por realizar operaciones a través del mercado de divisas, *riesgo país* por determinar la implantación, inversión de filiales en un determinado país; *riesgos asociados valores intangibles* como puede ser el riesgo de pérdida de reputación, riesgo medioambiental, riesgo del capital humano, etc debiendo tener en cuenta a todos sus grupos

³ Díez de Castro, L.T. y López Pascual, J. (2001). *Dirección financiera: Planificación, Gestión y Control*. Ed. Prentice Hall.

⁴ Hernández Muñoz, L. (2003). *Los riesgos y su cobertura en el comercio internacional*. FC Editorial.

⁵ Recuérdese el reciente escándalo ocurrido en Francia en el Banco Societé Généralé

⁶ Hernández Muñoz, L. (2003). *Los riesgos y su cobertura en el comercio internacional*. FC Editorial.

de interés que, en definitiva, persiguen el mismo objetivo. Esto es, la maximización del valor de la empresa.

A continuación realizaremos una selección de los distintos tipos de riesgos y los explicaremos brevemente con el fin de tener una visión de los mismos a los que se puede enfrentar la empresa.

RIESGO OPERACIONAL: podemos definirlo como el riesgo de pérdida resultante por la falta de adecuación o insuficiencia de los procesos, personal o sistemas internos, o acontecimientos o eventualidades externas (fraude interno, fraude externo, obsolescencia del sistema, gestión de procesos, etc).

RIESGO REPUTACIONAL: la reputación es un bien intangible que cada empresa proyecta hacia sus inversores, accionistas, clientes, empleados, etc. Es importante dentro de una empresa puesto que es el riesgo de la formación de una opinión pública negativa, es decir, la creación de una mala imagen. Puede venir fomentada por acciones de un determinado directivo, por un posicionamiento en el mercado, por la derivación de un rumor, etc. Pudiendo perder credibilidad en el sector. Por ejemplo, en una entidad bancaria supondría la migración de fondos a otra entidad, en una empresa que cotiza en bolsa supondría la venta de las acciones lo que supone perder valor de mercado.

RIESGO COMERCIAL: este tipo de riesgo es aquel relacionado con la probabilidad de incumplimiento, por parte de personas físicas o jurídicas, de las obligaciones contractuales o financieras tanto en operaciones nacionales como internacionales cuyo resultado son pérdidas.

RIESGO LEGAL: es el riesgo asociado al incumplimiento de la legislación, normas, reglas, derechos u obligaciones, etc. Analiza que la legislación de un país ofrezca la seguridad necesaria para garantizar que los contratos se ajusten a derecho, sean válidos y que se puedan hacer cumplir⁷.

RIESGO FINANCIERO: podemos definirlo como el riesgo asumido por una empresa cuando puedan afectar a los resultados de la misma o aquel riesgo derivado por la volatilidad de los mercados financieros y que pueden afectar a los rendimientos futuros de un activo. Dentro de esta tipología podemos destacar:

1. *Riesgo de liquidez:* nos referimos al hecho de convertir en un momento dado un activo en dinero líquido o efectivo.
2. *Riesgo de crédito o rating*⁸: nos va a indicar la probabilidad o capacidad de pago en el plazo o vencimientos marcados de una determinada empresa o entidad emisora de Deuda Pública tanto a largo plazo o corto plazo, es decir, que una de las partes no cumpla con sus obligaciones contractuales. Las agencias de rating son conscientes de este riesgo, por ello han establecido una nomenclatura (AAA, AA, A, BBB, ...) que va a indicar a los inversores que activos de empresas o países son más recomendables y solventes para invertir. Las agencias más destacadas son Standar & Poor's, Moody's, Fitch.
3. *Riesgo país:* estará principalmente asociado a aquellas empresas que realizan inversiones o transacciones en el exterior. Por ello, antes de tomar cualquier decisión deben considerar, estudiar y analizar tanto la situación económica, política como social del país en concreto. No sólo nos referimos a una inversión directa o indirecta por parte de una empresa o inversor sino también al simple actividad de realizar importaciones o exportaciones.

⁷ Heras, J. (2004). *Diccionario de Mercados Financieros*. Ediciones Deusto.

⁸ Díez de Castro, L.T. y López Pascual, J. (2001). *Dirección financiera: Planificación, Gestión y Control*. Prentice Hall.

4. *Riesgo de tipo de interés*: será la variabilidad sufrida en los rendimientos financieros a consecuencia de la variación del tipo de interés.
5. *Riesgo de tipo de cambio*: será el derivado de las oscilaciones o variaciones que los tipos de cambio puedan sufrir en el mercado de divisas⁹. Las operaciones afectadas por este tipo de riesgo serán por ejemplo exportaciones o importaciones en moneda extranjera, prestamos al extranjero, inversiones directas o indirectas en el extranjero, etc. Es generalmente aceptado la división del riesgo en: exposición por transacción, exposición por traslación y exposición operativa o económica.

Descritos los distintos tipos de riesgos a los que se enfrentan las empresas, debemos tener en cuenta que la aplicación de conductas éticas y/o socialmente responsables a la gestión de los mismos ayuda a garantizar la sostenibilidad de la compañía a lo largo del tiempo.

3. LA RESPONSABILIDAD SOCIAL DE LA EMPRESA

La RSE se centra en la idea de que las empresas asumen la responsabilidad de trabajar para conseguir una mejora del bienestar social minimizando al máximo el impacto que tiene el desarrollo de su actividad en su entorno.

La RSE ha sido debatida desde dos puntos de vista claramente enfrentados, por un lado está la postura que se centra en los accionistas o *shareholders*. Bajo esta perspectiva el principal objetivo de la empresa es el de satisfacer los intereses de sus propietarios, es decir, es incompatible la maximización del beneficio con la implantación de políticas sociales por parte de ésta. Por tanto, el problema al que se tiene que enfrentar la alta dirección o la gerencia de la compañía es el de diseñar mecanismos de control que garanticen la creación de valor y, a la vez, reduzcan al máximo los problemas de agencia. En definitiva, el desarrollo de políticas de RSE por parte de las empresas, desde este punto de vista, no hace sino repercutir negativamente en el valor de la compañía lesionando los intereses de los accionistas ya que son los Gobiernos las instituciones encargadas de desarrollar e implantar políticas sociales. El principal exponente de este enfoque es Milton Friedman a través de su famoso artículo *The social responsibility of Business is to increase its profits*. En este sentido recuérdese el escándalo financiero que protagonizó la empresa Enron en EE.UU a finales de 2001. Cuando se hizo pública su crítica situación nadie podía imaginar que una empresa que había ocupado el séptimo puesto en el ranking de la revista Fortune de las 500 mejores empresas durante seis años consecutivos pudiera fracasar. Durante ese período anunció cifras de ventas multimillonarias, tenía una capitalización bursátil de 63.000 millones de dólares, sus estados financieros de 2000 establecían un récord en los ingresos netos de más de 1000 millones de dólares, incluso su consejo de administración fue nombrado como el tercer mejor Consejo de los Estados Unidos de Norteamérica por la revista *Chief Executive*. Sin embargo, en diciembre de 2001 Enron presentó una declaración de quiebra; hasta ese momento era el modelo de empresa de la nueva economía, una empresa visionaria que crea mercado (Keller, 2002).

El origen de Enron hay que situarlo cuando en Estados Unidos desaparecieron los monopolios estatales de producción, distribución y venta de gas y electricidad lo que obligó a crear una plataforma comercial. Sin

⁹ Martín Marín, J.L. y Téllez Valle, C. (2006). *Finanzas Internacionales*. Thomson.

embargo, en su afán de hacerse cada vez más grande Enron diversificó sus negocios entrando en sectores ajenos a su actividad principal lo que en ocasiones le generó importantes pérdidas, aunque, en vez de hacerlas públicas creó un entramado de empresas a través del cual '*ocultaba*' esos malos resultados lo que finalmente estalló en 2001 con un desfase contable de más de 1000 millones de dólares.

En definitiva, el caso de Enron describe cómo el objetivo de maximizar el beneficio sin tener en cuenta otra serie de variables hace que fracase un, a priori buen, proyecto empresarial. Se ajusta a esta visión de la empresa en la que su meta es satisfacer los intereses de sus propietarios, sin embargo, en este caso no cabe duda de que se dieron importantes conflictos de agencia al llevar la empresa una doble contabilidad. Este caso nos sirve de justificación para señalar que la aplicación por parte de las empresas de una ética empresarial no hace sino ayudar a que la misma cree una sólida cultura corporativa que dé seguridad y confianza a todos sus grupos de interés.

Por otro lado, está la perspectiva que sostiene que sí son compatibles ambos objetivos; la rentabilidad o maximización del beneficio y el comportamiento socialmente responsable. Bajo este enfoque, la empresa tiene en cuenta a todos sus grupos de interés o *stakeholders*, no solamente a los accionistas como el anterior, por lo que su principal objetivo consiste en buscar un equilibrio entre los intereses de todos ellos. En este contexto, la aplicación de políticas de RSE se justifica por el hecho de que ayuda a resolver los conflictos y a distribuir el valor creado entre los distintos grupos. Como hemos visto, supone que el comportamiento socialmente responsable tiene efectos positivos a largo plazo, ya que ayudan a garantizar la sostenibilidad de la misma.

En los últimos años esta segunda perspectiva se ha ido generalizando al reconocer que la actividad empresarial tiene un impacto no sólo económico sino también social y medioambiental, por ello se justifica que tenga que asumir una responsabilidad adicional, además, debido a la globalización estos impactos dejan de ser locales para ser globales. En este sentido, Porter y Kramer (2003) rebaten a Friedman al considerar insostenible sus planteamientos porque consideran erróneos los supuestos en los que se basa. Por un lado, considera opuestos los objetivos sociales y económicos, de tal forma que si una empresa asume responsabilidades extras de carácter social está yendo en contra de los intereses económicos de sus propietarios y, por ende, de la creación de valor. Sin embargo, esto no siempre es así puesto que el comportamiento socialmente responsable puede ayudar a mejorar el entorno en el que la empresa desarrolla su actividad y, al mismo tiempo, reforzar su posición competitiva por la mayor aceptación de su imagen y, por tanto, minimizar su riesgo reputacional. El segundo supuesto considera que las empresas al ser instituciones de carácter privado no pueden ofrecer una ayuda superior a la que podrían dar por ejemplo ONG's, gobiernos, etc. No obstante, este supuesto también se puede rebatir ya que hoy en día las grandes multinacionales gestionan una elevada cantidad de recursos que pueden llegar a superar a los que puedan tener, incluso, algunos Estados.

Quizás uno de los problemas de estos debates ha sido que su contenido tiene un marcado carácter filosófico y/o teóricos alejándose del terreno del management o dirección de empresa qué es lo que realmente es importante para las empresas: ¿cómo gestionar esta nueva dimensión? Por ello, y según Déniz Déniz y García Falcón, (2002) lo primero que ha de hacer una empresa que quiera implantar políticas de RSE es asumir la existencia de una responsabilidad social para que, de esta forma, sepa en qué medida puede afrontarla y cómo puede gestionarla. Por ello, la empresa debe identificar a sus stakeholders así como las responsabilidades que tiene con cada uno de ellos, posteriormente deberá analizar las demandas sociales que ha recibido de su entorno para dar una respuesta social adecuada a éstas y, finalmente, controlar los resultados.

Debido a la globalización las políticas de RSE pueden ayudar a la empresa a que se diferencie de sus competidores mejorando su estrategia competitiva y la gestión del riesgo. De acuerdo con Porter (1990) el contexto competitivo de una empresa está formado por cuatro elementos interrelacionados: los factores productivos, los sectores relacionados y complementarios, las condiciones de la demanda y la estrategia, estructura y competitividad de las empresas. Para Porter y Kramer (2003) éstas pueden mejorar su competitividad aplicando políticas de responsabilidad social con el fin de modificar estos cuatro factores de la siguiente forma:

1. Condiciones de los factores. La empresa puede implantar procesos productivos que minimicen el impacto que tiene el desarrollo de su actividad en su entorno, puede desarrollar programas de formación para tener una mano de obra más cualificada y especializada y que, además, ofrezca oportunidades de empleo a aquellas personas más desfavorecidas con el fin de aumentar la competitividad del sector y de la propia compañía.
2. Los sectores relacionados y complementarios. Las empresas que pertenecen a un determinado sector se pueden beneficiar de una mejora en la calidad y coste de los suministros que les facilitan las empresas que pertenecen a otro sector relacionado.
3. Las condiciones de la demanda. Las empresas se enfrentan, por un lado, a una amplia demanda interna y, por otro lado, esa misma demanda tiene un amplio conocimiento sobre sus productos así como de los de la competencia por lo que la compañía debe realizar un esfuerzo para satisfacer las necesidades de su mercado que se caracteriza por estar cada vez más y mejor formado. Para ello debe innovar continuamente con el fin de adaptarse a los continuos cambios que se den en su entorno. En este sentido, una acción social pueden ser las donaciones de productos que sirven para dar a conocer un determinado producto e incentivar una futura demanda.
4. La estrategia, estructura y competitividad de las empresas. Cuanto más elevada sea la competitividad, las empresas tratarán de mejorar su eficiencia, la calidad y servicio basándose en la innovación tanto en productos como en servicios. Para ello acciones como el garantizar una transparencia en los mercados es fundamental para que se generen unas condiciones favorables que faciliten la entrada de nuevas empresas y la explotación de nuevos negocios.

Aplicando políticas de responsabilidad social en estos cuatro elementos la empresa trata de conseguir que sus productos sean percibidos como únicos en el mercado. No obstante, esta estrategia de diferenciación implica que la empresa asuma unos costes adicionales, por lo que sólo tendrá sentido cuando el mercado esté dispuesto a pagar una prima sobre el precio que supere dicho coste.

Hoy en día es habitual que en las empresas se diferencie por un lado la propiedad (accionistas) y, por otro lado, el control o la dirección de la misma (directivos), de esta forma se garantiza la máxima eficiencia al darse una especialización de funciones. Sin embargo, esta situación se plasma en la relación de agencia, esto es, el propietario o accionista otorga poder al consejero y/o directivo para que tome decisiones que influirán en el valor de su patrimonio. No obstante, es inevitable que haya cierto margen para que el directivo adopte una conducta egoísta satisfaciendo sus propios intereses en perjuicio de los del propio accionista, de ahí, el surgimiento de los principios del buen gobierno corporativo.

Tras los escándalos financieros protagonizados por grandes empresas (Enron, WorldCom,...), se ha hecho necesario adoptar ciertas medidas que ayuden a restituir la confianza perdida por parte de los mercados

financieros. De esta forma, han ido apareciendo una serie de principios y pautas convenientes para conseguir un buen gobierno corporativo. Para Ariño Ortiz (2003) estas prácticas deben ser recomendadas pero no estar impuestas por la legislación mercantil para que las empresas puedan desarrollar su actividad bajo la libertad. En este sentido, pueden citarse la ley Sarbanes Oxley en Estados Unidos, las recomendaciones de The Conference Board, los Principios sobre Gobierno Corporativo de la OCDE, el Informe Winter en la Unión Europea y las numerosas legislaciones y códigos de buen gobierno elaboradas a nivel nacional.

En España, en 1998 se dio a conocer el Código Olivencia. Este informe aborda el funcionamiento de los Consejos de Administración y su objetivo se centraba en conseguir mayores cotas de eficacia, responsabilidad y transparencia en el gobierno de las sociedades, aumentando su credibilidad ante todos sus stakeholders, los mercados y, por ende, la sociedad civil en general. Era necesario reformar el gobierno de las sociedades y se prefirió apostar por la autonomía de la voluntad y la autorregulación por parte de las mismas, antes que desarrollar reformas legislativas que limitaran dicha libertad y/o voluntad. Asimismo, el creciente número de pequeños inversores y la mayor importancia de los inversores institucionales habían generado nuevas tensiones entre los distintos propietarios.

Posteriormente, en el año 2003 se elaboró el Informe de la Comisión especial para el Fomento de la Transparencia y Seguridad en los Mercados y en las Sociedades Cotizadas conocido como Informe Aldama. Su contenido se integra dentro del marco de recomendaciones del Informe Winter de la Unión Europea, incluso se adelanta a él en algunos temas, y se encuentra en consonancia con lo realizado en otros países de nuestro entorno y Estados Unidos.

4. CÓMO INCIDE LA ÉTICA EMPRESARIAL EN LA GESTIÓN DEL RIESGO

Dentro de todos los objetivos que se marcan las empresas a través del plan estratégico, el principal sería la creación o maximización del valor de las mismas para los accionistas. No cabe duda de que el éxito en la consecución del mismo se debe a la aplicación de políticas de RSE y a la administración del riesgo empresarial por parte de las empresas.

Lo primero que debería realizar el equipo responsable es establecer distintos escenarios sobre los que se puedan determinar tanto los riesgos directos e indirectos de su actividad, además de ser capaces de identificar los riesgos potenciales a los que están expuestos. Cabe destacar que la estrategia de diferenciación depende de la capacidad que tengan las empresas para actuar con la mayor rapidez posible a los cambios que se den en el entorno y que dicha actuación tendrá un mayor o menor impacto en los resultados de la misma. Si a ello unimos el establecimiento de valores éticos y socialmente responsables que formen parte de la cultura de la propia compañía supone la total integración de todos sus grupos de interés en la misma, haciéndoles conscientes de que cualquier acto irresponsable supone incurrir en riesgos innecesarios a la misma.

El objetivo que persigue la estrategia competitiva basada en la diferenciación es que los productos de la compañía sean percibidos como únicos en el mercado. No obstante, la percepción que pueda tener el mercado acerca de los productos que comercializa una empresa está condicionada por tres factores: las características del producto, la empresa y el mercado. Por tanto, la empresa se ha de centrar en estos tres factores para llevar a cabo una estrategia basada en la diferenciación, sin embargo, hay que destacar que para que la empresa pueda implantar políticas de responsabilidad social sobre estos tres elementos ha de tener en cuenta que los dos

primeros son controlables por la misma, mientras que el tercero, el mercado, es un elemento externo que difícilmente puede controlar.

En este sentido, en cuanto al producto que la empresa distribuye abarca una serie de cualidades y la responsabilidad social asumida por la empresa puede condicionar ciertos atributos, sobre todo, intangibles. Así, por ejemplo, la utilización de materiales y procesos que no tengan un impacto negativo para el medioambiente puede suponer un incremento en los costes de fabricación. No obstante, el impacto más importante será sobre los atributos intangibles dotando al producto de una imagen diferenciada.

Es imprescindible que la alta dirección esté sensibilizada con esta nueva dimensión social de la empresa. Para ello, se hace necesario que lo plasme en la elaboración de unos códigos de conducta que garanticen el buen comportamiento de todo el staff de la misma para mejorar de esta forma sus relaciones con la sociedad y, por último, se ha de elaborar un sistema de auditorías, tanto internas como externas, con el fin de detectar y eliminar cualquier conducta no ética por parte de empleados y/o colaboradores de la propia compañía.

Como hemos visto es la alta dirección o gerencia de la empresa la institución encargada de evaluar las alternativas más rentables en función de los riesgos existentes implantando los códigos éticos y de buena conducta adecuados. En este sentido, la implantación de un mecanismo, como es la auditoría interna, debe tener una doble vertiente; por un lado, debe verificar que todo el staff de la empresa cumpla con el código de buena conducta y por otro que sirva para llevar un eficiente control interno de la gestión del riesgo.

Para que la empresa maximice su valor en este entorno caracterizado por la globalización y la elevada competitividad, deberá desarrollar estrategias que sirvan para administrar, revisar y diagnosticar riesgos. Es imprescindible que se asignen responsabilidades para la administración del riesgo y que, a su vez, se divulgue a todo el personal la visión y estrategias de cara a distribuir la política de gestión del riesgo que desarrolla la compañía.

Consideramos que uno de los riesgos a los que se enfrenta la empresa es la pérdida de reputación y/o de ventaja competitiva, que dado el entorno en el que las empresas desarrollan hoy en día su actividad, se puede equiparar al riesgo financiero y/o riesgo operacional, entre otros. Una de las formas de minimizarlo es a través de una estrategia de diferenciación en la cual la empresa por un lado, lo identifica, mide y evalúa y, por otro lado, no sólo deben comunicar que ha implantado políticas de RSE en su proceso de negocio, sino que además han de demostrar que éstas son una parte esencial y de gran valor para la alta dirección.

Una política de RSE, para tener credibilidad, debe estar firmada por el presidente o director gerente; No ha de suponer una merma en la rentabilidad; tiene que definir las responsabilidades internas y la política de gestión del riesgo, así como realizar un benchmark frente a unas normas internacionales reconocidas que puedan servir de marco y de punto de referencia para los grupos de interés.

En definitiva, es imprescindible que la gerencia identifique los riesgos a los que se enfrenta la compañía, desarrolle unas políticas de responsabilidad social de acuerdo con el entorno en el que ésta desarrolla su actividad, por tanto, es ella quien debe asumir el papel de nexo entre ambas cuestiones porque si no está sensibilizada no gestionará bien los primeros ni aplicará eficientes políticas de responsabilidad social empresarial.

5. CONCLUSIONES

- ✓ Para garantizar la eficiencia de las políticas RSE, es imprescindible que la Alta Dirección de la empresa este sensibilizada con estas cuestiones.
- ✓ Identificación de los riesgos a los que se enfrenta la compañía.
- ✓ La gerencia ha de coordinar e integrar la administración del riesgo dentro de los procesos del negocio con el objetivo de cuantificar, distribuir y supervisar el riesgo.
- ✓ Es necesario que la empresa mejore los canales de comunicación que tiene con los distintos grupos de interés de cara a homogeneizar, en la medida de sus posibilidades, los intereses de todos ellos.
- ✓ Las políticas de RSE pueden ayudar a minimizar riesgos ya que suponen una mejora en todo el proceso productivo de la empresa y abarcar a todos los grupos de interés.

6. BIBLIOGRAFÍA

- Díez de Castro, L.T. y López Pascual, J. (2001). “Dirección Financiera. Planificación, Gestión y Control”. Financial Times, Prentice Halll
- Elousa, Marcelino y Plágaro, Julio. (2007) Diccionario LID Tecnologías de Información y Comunicación. 4ta. Edición. Madrid-España. LID Editorial Empresarial
- Fernández Gago, R. (2005) “Administración de la Responsabilidad Social Corporativa”. Ed. Thomson. Colección Negocios.
- Fernández Izquierdo, M^a. A. (1996). “Gestión de riesgos con activos derivados”. Universitat Jaume I
- Friedman, M. (1970). “The social responsibility of Business is to increase its profits”. New York Times Magazine, págs. 32-33.
- Gosselin, T. (2006). “Inversión Socialmente Responsable. La gestión del riesgo y la calificación de criterios RSE”. Forética.
- Heras, José. (2004) Diccionario de Mercados Financieros. España. Ediciones Deusto.
- Hernández Muñoz, L. (2003). “Los riesgos y su cobertura en el comercio internacional”. FC Editorial
- Instituto Superior de Técnicas y Prácticas Bancarias. (1999) Diccionario Enciclopédico Empresarial. España. BBVA
- Keller, B. (2002). Enron for dummies. The New York Times, 26 de enero.
- KPMG (2004). “La gestión del riesgo empresarial: Corporate Governance, Gestión de Riesgos y Controles”.
- Marshall, Jhon. (2004) Diccionario de Ingeniería Financiera. España. Ediciones Deusto.
- Martín Marín, J. L. y Téllez Valle, C. (2006). “Finanzas Internacionales”. Ed. Thomson
- Porter, M. E. (1990). The competitive advantage of nations. Harvard Business Review, vol. 68, n° 2, pp. 73-93.
- Porter, M.E. y Kramer, M.R. (2003). La filantropía empresarial como ventaja competitiva. Harvard Deusto Business Review, n° 112, pp. 7-20 (original en Inglés, 2002).
- Real Academia Española.
- Suárez Suárez, Andrés S. (2000) Diccionario Terminológico de Economía, Administración y Finanzas. Ediciones Pirámide
- Tamanes, Ramón y Gallego, Santiago. (1996) Diccionario de Economía y Finanzas. 3era. Edición. España. Alianza Editorial.