

<http://www.businessempresarial.com.pe/crisis-de-valores-conflicto-de-intereses-y-riesgo-reputacional/>



Crisis de valores, conflicto de intereses y riesgo reputacional



Escribe: Max Schwarz, Profesor de la Facultad de Ciencias Empresariales y Económicas Universidad de Lima.

Business Empresarial.- El análisis de los fundamentos que marcan la línea de lo empresarialmente correcto está basado principalmente en el balance entre los valores que la empresa asume durante su desarrollo y la ética empresarial de quienes tienen la responsabilidad de conducirla en el tiempo. Este balance relacional se ve fuertemente influenciado por la naturaleza del contexto de mercado en el que la empresa opera y desarrolla sus actividades. En ese sentido la búsqueda de la actuación ética empresarial solo será posible si las personas que la conducen tienen una sólida ética personal previa que las defina en su accionar personal y profesional. De igual forma no será posible desarrollar valores empresariales si las personas responsables de la conducción de la empresa no han desarrollado previamente valores personales. Esto conduce a la educación como la base principal del problema a resolver. Si queremos un cambio real debemos transformar asertivamente la manera como estamos educando al estudiante, al profesional y al empresario.

El problema de los valores en la empresa es que normalmente no se gestionan, es decir no son parte de los proyectos, planes, programas, objetivos y metas concretos en el desarrollo de la actividad empresarial y más bien se limitan a convertirse en simples declaraciones enunciativas literalmente pintadas en la pared. Los valores asumidos casi siempre por la empresa como respeto, equidad, solidaridad, responsabilidad, honestidad, laboriosidad y similares casi nunca se traducen en metas concretas asociadas a las actividades que puedan afectar el día a día de los colaboradores de la empresa. En tanto estos no sean parte de las actividades de la empresa serán siempre ajenos a las personas que laboran en las organizaciones. A esto se suma la influencia de la cultura empresarial y el reflejo del ejemplo que la gerencia está obligada a demostrar. Es decir, si la gerencia transgrede permanentemente los valores de la empresa desde pequeños actos hasta grandes decisiones en los directorios entonces los colaboradores no tendrán un referente y hasta llegarán a pensar que una moral empresarial relajada es algo normal.

El conflicto de intereses en la empresa surge cuando distintos intereses se mezclan, se alinean y se superponen en una única entidad, un responsable o alguna decisión empresarial que pueda tomarse. La gestión de intereses es compleja y el contexto personal, profesional y empresarial preexistente afecta fuertemente esta exposición por lo que es importante identificar previamente potenciales conflictos de interés en todos los niveles de la organización y establecer procedimientos muy claros de actuación frente a estos conflictos para resolverlos de manera exitosa. En ese contexto es natural que a medida que la persona asume mayores responsabilidades en una empresa, el profesional cuenta con acceso a información clave de la compañía que puede en un determinado momento constituir información privilegiada cuyo uso inapropiado (por ejemplo para beneficiarse económicamente o para beneficiar a terceros) transgrede directamente la línea de valores de la empresa y pone en riesgo a toda la organización por lo que es importante tener acceso a reglas claras de actuación y contar con apropiados acuerdos de confidencialidad y procedimientos corporativos que definan y recomienden el accionar de la persona, sus responsabilidades y sus limitaciones para actuar en estos casos.

El análisis de los antecedentes de los casos recientes más emblemáticos de corrupción empresarial como lo ocurrido con Daewoo Motors (1998), Enron (2001), Arthur Andersen (2002), WorldCom (2002), Bear Stearns (2008), FIFA (2015), Volkswagen (2015) y Odebrecht (2015) nos muestra un grado de sofisticación evolucionado que compromete a redes masivas de funcionarios públicos con empresarios privados locales, regionales y globales consorciados estratégicamente en distintos niveles de acción que ha terminado por generar auténticos conglomerados de corrupción con serias responsabilidades civiles y penales para sus ejecutivos responsables a la vez de literalmente pulverizar el valor de mercado de las firmas con consecuencias serias en los trabajadores y en las cadenas de pago de las SCM que componen la actividad empresarial sin contar lógicamente con el impacto económico, social y político de la correspondiente reparación que estas empresas le deben al Estado en el cual operan.

En este contexto el riesgo reputacional se presenta como la probabilidad de materializar el peligro de un impacto negativo del accionar de la empresa en sus partes interesadas, es decir sea en sus clientes, el mercado, su imagen o su marca con consecuencias que limiten o impidan total o parcialmente su accionar en el mercado teniendo en cuenta como se ha hecho evidente en los casos presentados de corrupción que este riesgo en particular puede afectar seriamente el valor de las organizaciones hasta incluso hacerlas desaparecer en el mercado. Por esta razón es importante y urgente adoptar medidas que permitan identificar el riesgo reputacional de exposición y establecer procedimientos de gobierno corporativo claros que permitan conducir a la empresa en el marco de los valores éticos de su desempeño para poder operar y crecer correctamente en el largo plazo.

Total Share **0**

