

## ¿Quién manda en esta empresa?

La America's Business Roundtable es una especie de “Círculo de Empresarios” en Estados Unidos, que reúne a 181 Presidentes y CEOs de los principales y más poderosos grupos empresariales del país.

Este 19 de agosto han difundido un comunicado que me parece relevante. En esencia, lo que explican de forma breve es que el propósito de la empresa no consiste únicamente la satisfacción de sus accionistas, sino que debe ampliar la lista de grupos de interés para incluir (por este orden) a sus clientes, a sus empleados, a sus proveedores, a la comunidad en la que desarrollan su actividad y, por supuesto, a los accionistas.

Esto se lleva diciendo y explicando en las aulas desde hace tiempo, pero en la práctica, en un porcentaje muy amplio de las empresas activas en el mercado hay dos principios prácticos que contradicen lo anterior.

El primero es que en la empresa mandan los accionistas. En última instancia, las decisiones claves para el futuro de la sociedad se toman en el Consejo de Administración, y se someten en ocasiones a la ratificación de los socios en la Asamblea. Pero ahí acaba la consulta, y el resto de grupos de interés, la mayor parte de las veces, no son tenidos en cuenta. Así que en la práctica, el propósito de la empresa lo acaban marcando de forma decisiva únicamente los propietarios de las acciones.

El segundo, es la cuenta de resultados. La última línea es la que mueve el resto, y si recuerdas de tus clases de contabilidad, esa línea se titula “Beneficio después de Impuestos”. Lo que el accionista se puede llevar a su casa, si quiere, aunque a veces lo deje como reservas en la “hucha” de la empresa (que en última instancia también es su dinero). Y todos los que estamos en la empresa sabemos que una parte importante de la atención de los gestores está centrada en que esa línea vaya bien.

No es casualidad que sea así. Milton Friedman, Nobel de Economía, a mediados del Siglo pasado zanjó el debate con una frase muy sencilla “El único fin de la empresa es el beneficio del accionista”.

El caso es que esos principios han marcado el devenir de las últimas décadas del capitalismo, y aparentemente todo iba razonablemente bien. Siempre había profesores o filósofos que explicaban que ese reduccionismo del propósito de una empresa acabaría trayendo problemas, pero en general era un debate teórico que no llegaba a cambiar las cosas.

Esta última década, sin embargo, se están produciendo un conjunto de cambios que han vuelto a sacar el debate fuera de las aulas, a las mesas en las que se decide el futuro de las empresas. La clave de este cambio es el incremento de la desigualdad, que amenaza con fracturar la sociedad.

La sociedad está cada vez más frustrada ante un fenómeno que los medios de comunicación anuncian día sí, día no. La riqueza se concentra cada vez en menos manos. Los ricos son cada vez más ricos, mientras que las clases medias están perdiendo poder adquisitivo y, lo que es

peor, están perdiendo también un cierto nivel de estabilidad económica y seguridad. El capitalismo se nos está yendo de las manos y amenaza incluso la supervivencia del planeta...

Y eso no es bueno para la economía. El descontento social acaba en el apoyo a líderes populistas, y el auge de los populismos acaba en incertidumbre en el marco jurídico y en las leyes que afectan a las empresas.

Claro que una cosa es hacer una declaración solemne, y otra cosa es llevar a la práctica esos principios. ¿Se va a someter a aprobación de los empleados el Plan de Empresa, igual que ahora se somete a la aprobación de los accionistas? ¿Se les va a consultar si les parece bien la política de reparto de dividendos? ¿Se va a preguntar a los proveedores si están de acuerdo con la política de compras? ¿A los clientes la política de precios?

Menuda locura... Ahora, para bien o para mal, se sabe quién manda en una empresa: los accionistas, que delegan en las personas que ellos eligen para representarles (Presidente, Consejo de Administración). Y ellos interpretan lo que les preocupa al resto...

"The Economist", en su portada de la edición del 24 de Agosto, elegía el titular "What are companies for?", y decía que menos rollos, y que mejor que los CEOs pregunten solo a los accionistas. Si el resto quiere opinar, que compre acciones...

El debate está servido.