



El buen gobierno como ventaja competitiva

**HILARIO
 ALBARRACÍN**

El gobierno corporativo se ha constituido como un elemento crítico para la competitividad de las empresas. La transparencia en la gestión y el rigor ético constituyen aspectos clave para dar respuesta a las exigencias de los accionistas e inversores que demandan un mayor conocimiento de lo que está pasando en la organización, de su gestión, sus resultados y de su proyecto sostenible.

Este reto implica a toda la organización, pero de forma especial a sus administradores. En un contexto complejo —en el que factores como la tecnología pueden cambiar radicalmente los modelos de negocio, la competencia se expande globalmente y se producen cambios regulatorios frecuentes— resulta especialmente necesario contar con un equipo multidisciplinar de consejeros compuesto por buenos profesionales, formados y con experiencia suficiente, que entiendan bien el negocio de la entidad y su alta responsabilidad.

España, que sigue siendo una gran potencia económica, ocupa puestos retrasados en las clasificaciones globales de calidad de gobierno corporativo, si bien estas ponen el foco en aspectos de la cultura empresarial con menos tradición en las empresas españolas. Lo cierto es que, aunque gran parte de las empresas cotizadas siguen modelos de gobierno corporativo comparables a los mejores estándares globales, la percepción desde el exterior no es acorde con esa realidad. Y ese *gap* de percepción no es desdeñable porque incide en los niveles de confianza de los que tan necesitada está la economía española.

Debemos dar los pasos necesarios para que las empresas cuenten con la plena confianza de los inversores internacionales, y las buenas prácticas de gobierno corporativo constituyen un factor de creciente influencia que los inversores analizan con mayor detenimiento.

Además, se está ampliando la tipología de inversores y el establecimiento de los mejores estándares de cumplimiento en esta materia puede ayudar a las compañías a acceder a nuevas fuentes de financiación. Por tanto, esta demanda hay que convertirla en oportuni-

dad. El buen Gobierno debe afianzarse en la cultura y en los valores de las empresas, de forma que las amplias funciones que tienen los consejos de administración —desde el diseño de la estrategia, la política de gestión de riesgos, la calidad de la información que se dirige a los grupos de interés, entre otras— sean un ejemplo de las mejores prácticas que añadan valor a las organizaciones.

Por otro lado, el debate sobre una más amplia regulación o autorregulación sobre gobierno corporativo es rele-

España ocupa puestos retrasados en las clasificaciones de calidad de gobierno corporativo

vante para la propia gestión de las organizaciones, con varias iniciativas comunitarias y nacionales en tramitación. La regulación en esta materia debe ser suficiente para garantizar el cumplimiento de niveles de transparencia óptimos so-

bre los diferentes aspectos que conforman la gestión de la empresa, pero conviene evitar que un exceso regulatorio ponga en riesgo su competitividad en un contexto económico globalizado y que reste eficacia a los administradores a la hora de centrarse en sus funciones, esenciales para la empresa. Impulsar una ética empresarial sin fisuras, con sólidos sistemas de gestión de riesgos, un consejo plural, cohesionado y comprometido, un comité de auditoría bien formado y competente, y auditores externos con conocimiento sectorial y enfoque global son condiciones ineludibles para competir en un entorno empresarial tan dinámico y abierto como el actual. Las empresas españolas ya están actuando en esta materia y su perseverancia será la mejor respuesta para garantizar su desarrollo.

En definitiva, el gobierno corporativo no es una moda, sino un instrumento de gran alcance y las buenas prácticas deben realizarse no por obligación sino por convicción y que implique al conjunto de la organización. ■

Hilario Albarracín es socio responsable de auditoría de KPMG