

La gestión del riesgo de las micro, pequeñas, medianas y grandes empresas y su relación con la Competitividad

Por: Ing. Henry Wilson González B. Noviembre-2019

[B]¹ ¡Espero que traigan a la mesa de discusión una infinidad de dudas y discusiones sobre puntos de vista polémicos o en sintonía con el texto que debían leer para la clase de hoy denominado. “Gestión, Entorno y Competitividad de las Organizaciones” Emitido por la Vicerrectoría de Investigación y Transparencia y que es la base de las líneas de investigación en esta prestigiosa universidad! Bueno partiendo de esta base la idea fuerza que lleva el hilo conductor de esta discusión es la siguiente:

¡Es un hecho que las empresas tienen una única finalidad: “Ganar Dinero”² entorno a esta máxima gira todo su accionar, su competitividad, seguridad, sostenibilidad, y todos los componentes generales y específicos precitados en la lectura que a mi modo de ver algunos de ellos; son obsoletos, retrógrados y sin fundamento dentro del giro actual de los negocios en Colombia y en toda América Latina.

¡Veo caras de incertidumbre al respecto, tal vez les robe la idea principal de sus argumentos o sencillamente alguno puede estar pensando, esta señora está loca y no sabe de lo que habla, se salió del contexto y el entorno real de los negocios ¿Estoy equivocada con mi apreciación.....? Bueno para entender mejor mi posición, por ahora empecemos por describir el contexto argumentativo que profundiza dicha afirmación, pero es importante tener en cuenta que existe un eje central de las discusiones las cuales estarán enfocadas al tema específico de esta cátedra “Riesgo Empresarial” y su relación con la competitividad!

Para poder abordar el tema de riesgo y su estrecha relación con la competitividad es necesario referirnos como lo manifiesta el texto precitado, sobre varios conceptos que intrínsecamente el grupo de participantes de este seminario, saben o cree dominar como lo son: Las herramientas de la gestión administrativa, la competitividad organizacional, los mercados internacionales y su afectación a las empresas colombianas, la seguridad jurídica del actuar dentro de las organizaciones, la responsabilidad social, es decir, la gestión ética. De otra parte ver también conceptos como; las partes interesadas intervinientes en el ciclo de los negocios, ahondar el entorno empresarial general y específico, pero con especial énfasis en el “Concepto Riesgo” que nos permita demostrar que lo importante aquí es “Ganar Dinero” para ostentar de tener “Competitividad empresarial”

Dice el texto lo siguiente: “..Podría definirse competitividad como el intento de ser mejor que los competidores” (Porter, p,123)³. Esto significaría que los dueños de las empresas tiene un ego de inmensurables dimensiones y su meta principal es ser mejores que los competidores, cuando no es así. Es claro que en la lucha de los mercados internos que tiene cualquier organización se necesita tener una ventaja competitiva para poder vender más, y obviamente ganar más. ¡Sin duda!

¹ Nota del autor: Este documento es tan solo un ensayo que recrea las conversaciones entre “Baucis” la Directora del MBA de Alta Gerencia – Módulo de Riesgo Empresarial, en una prestigiosa Universidad Colombiana. “Baucis” será identificada en todo el texto como [B]. De otra parte aparece “Filemón” el participante - estudiante del MBA, quien es un ejecutivo del equipo directivo en una organización mediana y que durante todo el texto se identificará como [F]. En algunos casos se utilizara lo siguiente [O] para identificar “Otros” estudiantes del MBA, que también hacen preguntas o reflexionan sobre el tema en cuestión. Las conversaciones se desarrollan al interior del aula de clase, mientras “Baucis” evoluciona en su cátedra. El origen de los nombres obedece a la mitología griega donde describen quienes fueron Baucis y Filemón.

² La Meta – Eliyahu M. Goldratt y Jeff Cox, Capítulo 5, Pág. 45

³ Citado por el documento de la Universidad de la Salle – Vicerrectoría de Investigación y Transferencia - Gestión, Entorno y Competitividad de las Organizaciones – Pág. 1

Pero la ventaja competitiva se ve afectada por muchos componentes externos e internos a las organizaciones, llámese si se quiere, entorno general y específico⁴

[O] ¡Es atrevido pensar que no es una definición de competitividad el ser mejores que la competencia, eso es algo absurdo e ilógico, esa es una máxima empresarial en la micro, pequeña, mediana y gran empresa!

[B] ¡Excelente apunte, pero estamos hablando de "Definición" o de "Finalidad"!

Los componentes externos generalmente marcan el camino a seguir dentro de las organizaciones, es decir, marcan la estrategia que deben emprender para no permitir que la competencia nos saque del mercado, nos quite participación en el mercado y nos haga menos competitivos, dado que esto afectara las utilidades de la empresa, esto también es un hecho. Pero no demos rodeos semánticos hablemos de hechos concretos. Haber el "Riesgo Cibernético" es externo, afecta las organizaciones, disminuye la competitividad y el impacto financiero es extremo. ¡Es un hecho" pero dice el texto en cuestión que estos elementos NO tienen control, pues realmente se equivoca la afirmación, si existe control.

[F] ¡En esta afirmación estoy de acuerdo, hay varias afirmaciones en el texto que son equivocadas dentro del contexto actual de los negocios!

[B] ¡Dame otro ejemplo"!

[F] ¡Perfecto aquí las tengo señaladas, veamos estos ejemplos!

"...se logra la competitividad estratégica cuando se formulan estrategias que crean valor, difíciles o costosas de copiar por parte de los competidores⁵."

Nada es difícil de copiar y lo costoso de copiar por parte de los competidores es una falsedad, la tecnología avanza a una carrera tan desproporcionada que lo que ayer se usaba para ser más competitivo, mañana es poco competitivo y fue reemplazado por otras formas de entender el negocio que convierten a los ganadores en los primeros perdedores de las batallas del mercado, casos para enumerar hay muchos, un solo ejemplo de ello para ilustrar mi argumento es el caso de las plataformas tecnológicas de televisión actual, versus las nuevas formas de entender a los Stakeholders⁶ de la televisión

"...señalan que entorno hace referencia a todos aquellos factores externos a la empresa, pero que tengan una influencia significativa en la estrategia de la organización, y que a pesar de tal influencia no son totalmente controlables por el ente empresarial."

Abiertamente explicado por Baucis en su presentación, no amerita más explicación. Sin embargo quiero aportar una nueva sentencia. Si son totalmente controlables, lo

⁴ Ibídem - lo establece (Sáenz et al., 2008)

⁵ Ibídem – Pág. 1 (Hitt, Duane y Hoskisson, 2008, p. 4)

⁶ Stakeholder: Es una palabra del inglés que, en el ámbito empresarial, significa 'interesado' o 'parte interesada', y que se refiere a todas aquellas personas u organizaciones afectadas por las actividades y las decisiones de una empresa

único que NO es totalmente controlable son las acciones de los riesgos asociados al Lavado de Activos y la Financiación del Terrorismo – del SAGRLAFT⁷ porque que se salen de la “Seguridad Jurídica” de las partes interesadas, es decir, dichas acciones se salen de la gestión ética.

[B] ¡Bueno y explícame Filemón aquello de la responsabilidad social y ambiental y su efecto en la competitividad!

Nuevamente estamos hablando de la “Seguridad Jurídica” que significa no hacer o no acometer acciones empresariales que violen los derechos de los otros, es decir, de la comunidad, de la sociedad, del medio ambiente en términos generales.

En el pasado hablamos de la “La Responsabilidad Vs La Culpabilidad”⁸ de la cual podemos concluir que existe una “Culpabilidad con Representación” para aquellas empresas que incumplan la normatividad ambiental o afecten los aspectos sociales si es demostrado que sus actuaciones violan en el ámbito jurídico, la normatividad ambiental o social. Dichas acciones son consideradas antijurídicas y por ello, ameritan sancionen penales y señalamientos públicos. Aparece aquí el “Riesgo Reputacional.” Y termina afectada la competitividad organizacional.

“...El entorno empresarial ya no se basa en una simple ganancia de utilidades a corto plazo, sino que busca un desarrollo que involucre los beneficios sociales, ambientales y la protección de las líneas con sus proveedores y clientes, con el fin de favorecer el crecimiento organizacional frente a los comportamientos y exigencias del mercado.”⁹

Torpe esta afirmación, como así que no se basa en una simple ganancia de utilidades, esto es incorrecto, todo se basa en ganancia de utilidades, sino fuera así, por dar un ejemplo, las discusiones alrededor de un presupuesto no serían necesarias, las Juntas Directivas de las empresas sin importar el tamaño toman sus decisiones todo basado en dinero, inversiones, costos y como se verán afectadas las utilidades cuando estos rubros no son manejados con prudencia, control y constante monitoreo. Las acciones antijurídicas por violación a los aspectos ambientales y sociales, no tienen cabida en ningún organismo de dirección y control de la gestión, no se busca beneficios sociales y ambientales, sino que por el contrario se propende por no incumplir la normatividad vigente al respecto, porque esto atrae problemas económicos con efectos en las utilidades.

De otra parte el crecimiento organizacional está sustentado en el manejo de los riesgos, la tolerancia a los mismos (No entender tolerancia al riesgo, con acciones

⁷ SAGRLAFT = Sistema de Autocontrol de la gestión del Riesgo de Lavado de Activos y la Financiación del Terrorismo – Sigla utilizada por la normatividad vigente de la Superintendencia de Industria y Comercio de Colombia, en relación con este delito.

⁸ Ver ensayo del autor, clase No. 6 – Responsabilidad del Riesgo Cibernético, publicado en la página web. www.riesgoempresarial.com opción Blog

⁹ Citado por el documento de la Universidad de la Salle – Vicerrectoría de Investigación y Transferencia - Gestión, Entorno y Competitividad de las Organizaciones – Pág. 4

antijurídicas), la mitigación de los mismos y estar alerta al giro de los negocios, porque es incierto el panorama de versatilidad del cambio.

[B] ¡Increíble que el tiempo avance de la forma como lo hace, el tema en términos generales solo acaba de empezar, pero ya es hora de cerrar por hoy esta clase, razón por la cual demos a continuación el abre bocas de nuestra siguiente clase!

En primera instancia se podría concluir que los entornos generales y específicos de las organizaciones si afectan la competitividad de las organizaciones, pero debe ser falsa la premisa que el contexto externo no tiene control, porque se ha argumentado que si hay maneras de enfrentarlo y poder responder con acciones estratégicas para controlarlo.

No es claro aún si la finalidad de las organizaciones es “Ganar Dinero” aunque se han traído argumentos que giran en torno de esta premisa, como aquellos relacionados con los presupuestos y su importancia dentro del control de las ganancias, pero debemos socavar aún más en los argumentos que se esconden detrás de esta afirmación.

No se alcanzó a hablar del entorno interno o específico.

[B] ¡Bueno señores y señoras, buen día y recuerden “La Ética está por encima de la Estadística”, decía Facundo Cabral, nos vemos en la próxima clase!