



William Lazonick participará hoy en unas jornadas de la Fundación Mapfre y la Universidad de Alcalá. /Mauricio Skrycky

“Estamos así por la codicia de muchos directivos”

WILLIAM LAZONICK Catedrático de la Universidad de Massachusetts.

Emelia Viaña. Madrid
William Lazonick no tiene pelos en la lengua. Él conoce bien la economía de Estados Unidos, pero todo lo que dice es extrapolable a las que, como la española, han seguido criterios muy similares. Desde finales de 1980, los altos ejecutivos estadounidenses han trabajado en la idea de “maximizar el valor para los accionistas”, afirma el catedrático de la Universidad de Massachu-

“Apoyados en la máxima de pagar dividendo a los accionistas les han dejado las manos libres para aplicar despidos masivos”

setts. En resumen, el trabajo más importante de los directivos es hacer que los accionistas cobren dividendos. Entre otras cosas, porque ellos también son accionistas. Para Lazonick ése es precisamente el error. “Apoyados en esa máxima les han dejado las manos libres para aplicar despidos masivos o cerrar instalaciones basados en su poca rentabilidad. Están sacrificando el futuro de la economía de Estados Unidos y del resto de economías avanzadas a cambio de incrementos a corto plazo del precio de las acciones”. Y continúa: “Además, este pre-

cio está manipulado”. Pero, ¿por qué? “Se deberían prohibir las recompras de acciones de las grandes corporaciones. Con ello las empresas generan importantes beneficios a sus accionistas, pero gastan tanto dinero que tienen que acometer ciertos recortes”.

Y ¿entonces cómo pagarles a los directivos si no es porque generan sustanciosos dividendos? Para Lazonick, la clave está en la productividad. “Se podría exigir que el pago a los ejecutivos se basara en criterios de productividad reales vinculados a la innovación y en la obtención de mayor calidad de unos productos con menores costes que los ofrecidos en el pasado”.

Lo que no acaba de entender el director del Centro de Competitividad Industrial de Massachusetts es por qué los directivos no se dan cuenta del beneficio que también les generaría. “Los precios de las acciones pueden aumentar debido a la innovación, la especulación o la manipulación. Ellos han elegido la manipulación. En cambio, deberían ser recompensados sólo por la innovación, reconociendo que ésta suele ser un proceso colectivo y acumulativo que implica la participación de miles de empleados y un gran apoyo

de los gobiernos, y en consecuencia, de los contribuyentes”. En definitiva, su riqueza nos haría ricos a todos.

William Lazonick participa hoy en una conferencia en el marco de unas jornadas de la Fundación Mapfre y la Universidad de Alcalá. Su pensamiento es transgresor y no duda a señalar a los culpables de la situación actual. “Hay tres causas principales: la ideología del individualismo del libre mercado promovida por casi todos los departamentos de economía y escuelas de negocio; la codicia de los directivos de las grandes organizaciones, y la complicidad de la Comisión de Bolsa y Valores de EEUU (SEC) que permite la manipulación del mercado con las recompras de acciones”. Y pone un ejemplo: “Si un directivo en ascenso se

“Los consejeros de las empresas son elegidos a dedo, y entre ellos se intercambian los puestos”

“Los directivos deberían cobrar por la innovación. Es un proceso que implica a miles de empleados”

mostrara crítico con esta situación y cuestionara el planteamiento de las empresas de basar su estrategia en el pago de accionistas, quedaría en fuera de juego y sería anulado. Los miembros de los consejos de administración son casi siempre elegidos a dedo por una dirección interesada. Entre ellos se intercambian pertenecer a los consejos de sus empresas. Forman un club exclusivo y todos buscan lo mismo: maximizar el valor para los accionistas”.

El catedrático Lazonick acaba la entrevista citando al antiguo CEO de General Electric, Jack Welch. “A juzgar por las apariencias, buscar valor para los accionistas es la idea más estúpida del mundo. El valor de los accionistas es un resultado, no una estrategia. Lo más valioso son los empleados, los clientes y los productos”. El problema es que esto que él piensa no lo llevan a cabo muchas empresas y él cita ejemplos de algunas que se están equivocando en esta estrategia y buscan sólo el beneficio de los accionistas: “IBM, Wal-Mart, Exxon Mobil, Microsoft, HP... La lista es interminable. Cabe destacar una excepción: Apple, que lleva dos décadas sin hacer compra de acciones”.