

Fecha	Fuente	Pag.	Art.	Titulo
-------	--------	------	------	--------

16/08/2012 ESTRATEGIA - STGO-CHILE 4 4 ¿QUIERES QUE EL MERCADO ESCUCHE?

¿Quieres que el Mercado Escuche?

Tradicionalmente, en las economías capitalistas, el Estado, a través de diversos organismos, controlaba el comportamiento de las grandes empresas y se reservaba el poder de intervenir o de penalizar a aquellas que perjudicaban a consumidores, inversores minoritarios o al medio ambiente.



En los últimos años, resonados escándalos corporativos dañaron de una u otra forma los bolsillos de algún stakeholder. Aumentos no fundamentados en el precio de los medicamentos o de los alimentos, reducción del valor de las acciones por corrupción empresarial, contracción de los ahorros en las AFP, son sólo algunos de los ejemplos de abuso por parte de las empresas.

A pesar de que los organismos contralores han aumentado sus presupuestos e incorporaron procedimientos de control más complejos, su efectividad aún no está clara.

¿Qué podemos hacer los consumidores para que nuestra voz se escuche en el mercado? Una opción podría ser, simplemente, dejar de invertir en acciones por falta de confianza, algo que ya parece ser una tendencia en Estados Unidos, pero que no resuelve nada.

Otra alternativa para influir directamente es a través de protestas o boicots. Sin embargo, estas opciones confrontacionales no son las únicas armas con las que los consumidores o inversores contamos para que se nos escuche en el mercado. Por ejemplo, muchos accionistas se implican activamente para plantear reclamos y propuestas de cambio estratégico apalancándose en ONG ya existentes o creando nuevas para hacer escuchar su voz.

Otra táctica es influir en el Estado y las políticas públicas, para mover la atención de los ejecutivos hacia tecnologías sustentables o nuevas prácticas de mercado. Y, finalmente, también los consumidores pueden asociarse con una empresa que hace las cosas bien para boicotear a aquellas que lo están haciendo mal.

Otra táctica es influir en el Estado y las políticas públicas, para mover la atención de los ejecutivos hacia tecnologías sustentables o nuevas prácticas de mercado.

ERICA SALVAJ
INVESTIGADORA Y PROFESORA FEN
UNIVERSIDAD DEL DESARROLLO

