

Diciembre 2006

Costos de Agencia: de las finanzas a la política

Conrado Javier Martinez*Profesor del Programa MBA de la Graduate School of Business de la Universidad de Palermo
cmarti1@palermo.edu*

En el mundo de las finanzas suelen definirse a los “Costos de Agencia” como la destrucción de valor que se produce a nivel empresa, a consecuencia de la falta de alineación entre los intereses de los accionistas/propietarios de dicha empresa como tales y los de sus gerentes/agentes en su rol de administradores. Está claro que bajo condiciones normales los accionistas/propietarios siempre intentarán maximizar el valor de su compañía, con el consiguiente incremento de sus riquezas personales. No obstante, para el caso de los gerentes/agentes, este “incentivo” a maximizar el valor de la empresa para la cual trabajan, en algunas ocasiones se presenta un tanto difuso. Va de suyo que esta falta de alineación de intereses suele darse mayormente en grandes organizaciones, donde el paquete accionario se encuentra atomizado y donde se registra una marcada “distancia” entre el management y sus accionistas.

Los Costos de Agencia en relación a una determinada empresa suelen adoptar, entre otras, las siguientes formas: realización de gastos innecesarios, contrataciones a precios por encima de los de mercado, dificultad de ascenso de buenos ejecutivos, emprendimiento de proyectos con riesgo excesivo, etc. Es decir, los gerentes/agentes se abusan del poder de decisión del cual ocasionalmente gozan dentro de la organización con el objeto de lograr un beneficio propio (en detrimento de los accionistas/propietarios). Si bien los Costos de Agencia no pueden ser eliminados por completo, existe una serie de medidas tendientes a su minimización y a brindar una adecuada protección a los accionistas/propietarios.

A partir del vínculo accionistas/propietarios – gerentes/agentes, podría trazarse un paralelismo con respecto a la relación ciudadanos/votantes – funcionarios/gobernantes. En esta última conjunción de actores, los primeros revestirían el rol de accionistas/propietarios de la riqueza nacional y los segundos serían los gerentes/agentes escogidos por aquellos para que administren indirectamente la misma (a través de las funciones del Estado) por un período de tiempo. En este caso los Costos de Agencia, ó los que podrían darse en llamar “Costos de Agencia de la Política”, serían aquellos que hacen a la destrucción de parte de la riqueza nacional, producto de una inadecuada gestión de los funcionarios/gobernantes.

Está más que claro que los ciudadanos/votantes aspiran a que, no siendo posible su total eliminación, los “Costos de Agencia de la Política” estén reducidos a su mínima expresión. Al respecto, a continuación se enumera una serie de puntos sobre los cuales se debería trabajar en profundidad para evitar la excesiva cuantía de estos “Costos”, a saber:

- ❖ **Sistemas integrados de información:** es necesario que el ciudadano/votante pueda tener un detallado reporte periódico del destino de los fondos públicos a nivel nacional, provincial y municipal. De esta forma el mismo podrá evaluar la razonabilidad de las erogaciones, la composición de las mismas y su oportunidad de realización, evitando así la asimetría en la información.
- ❖ **Esquema de remuneración:** se debe asegurar que los funcionarios del Estado estén debidamente remunerados en función a sus responsabilidades y en línea con lo que percibirían en un cargo de similares características en el sector privado. Esto apuntará a disminuir el costo de oportunidad de quienes siendo excelentes profesionales quieran desempeñarse en el sector público.
- ❖ **Sistema decisorio:** se debe garantizar al máximo la división de los poderes del Estado, evitando la superposición entre las funciones del dictado de normas y su respectiva aplicación/ejecución. La acumulación de poder debe tener marcados sus límites de forma inequívoca.

- ❖ Educación ciudadana: la misma dotará al votante de un mayor juicio crítico a la hora de evaluar propuestas electorales. Esto asegurará que los partidos políticos se esmeren en sus propuestas y que las mismas tiendan a solucionar los problemas medulares que aquejan a la sociedad.
- ❖ Penas importantes para casos de corrupción: esto tenderá a desincentivar a aquellos funcionarios que actuando dolosamente pretendan enriquecerse a costa del erario público y al mismo tiempo actuará como un ejemplo para toda la sociedad.
- ❖ Libertad de opinión: así como los accionistas/propietarios de una empresa tienen el derecho a expresar libremente sus opiniones en las asambleas, todos los ciudadanos deben tener la libertad de opinar sin temor a represalias futuras de ningún tipo y de ningún sector.
- ❖ Alternancia en los cargos: es esencial la rotación de los gobernantes en sus cargos luego de un período razonable de tiempo al frente de los mismos. El hombre por naturaleza tiende a “aburguesarse” luego de ocupar un mismo cargo durante un período prolongado de tiempo y la sociedad no tiene por qué tolerar dicha situación y sus costos asociados.
- ❖ Ascenso de los mejores funcionarios e ingreso a cargos por concurso: un adecuado esquema de evaluación asegurará que quienes quieran realizar su carrera profesional en el sector público puedan hacerlo sin que la misma se vea afectada por el partido gobernante y los funcionarios que este pueda nombrar “a dedo” y sin justificación.

Todas estas medidas seguramente no solucionarán en lo inmediato los problemas que aquejan hoy en día a nuestra sociedad, pero apuntan a lograr una mayor calidad de nuestro sistema republicano y que nuestro país pueda desarrollarse alcanzado todo su potencial en beneficio de las generaciones futuras.

**Center for Business Research and Studies
Graduate School of Business
Universidad de Palermo**

Av. Madero 942, 8° piso
C1106ACV – Buenos Aires, Argentina
Tel. (5411) 5199-1399
www.palermo.edu/gsb

Director:

Daniel Seva
dseva@palermo.edu

Coordinadores de investigación:**Finanzas y economía:**

Conrado Martinez
cmarti1@palermo.edu

Rubén Ramallo
rramal@palermo.edu

Marcelo Quiñones
mquino@palermo.edu

Marketing:

Eugenia Cannata
ecanna@palermo.edu

Diego Regueiro
dregue@palermo.edu

Management:

Guillermo Edelberg
gedelb@palermo.edu

Recursos Humanos:

Emilia Montero
emonte@palermo.edu

Guillermo Occhipinti
gocchi@palermo.edu