

The parable of St Paul. Unilever is the world's biggest experiment in corporate do-gooding

Enviado por Josue García Veigaen Jue, 11/02/2017 - 18:44

Cita:

The Economist [2017], "The parable of St Paul. Unilever is the world's biggest experiment in corporate do-gooding", *The Economist*, London, 2 de septiembre, <https://www.economist.com/news/business/21727908-unilever-worlds-biggest...> [1]

Fuente:

The Economist

Fecha de publicación:

Sábado, Septiembre 2, 2017

Revista descriptores:

Estudios de caso: actividades - empresas [2]

Relaciones entre empresas estados y sociedad [3]

Tema:

Unilever, sobreviviendo ante el capital financiero cortoplacista

Idea principal:

Paul Polman es el director holandés de la séptima compañía más valiosa de Europa, Unilever (*Dato Crucial 1*). La revista lo caracteriza como un alto directivo que promueve la administración "sustentable" –invirtiendo más, otorgando salarios justos y produciendo con el menor impacto ambiental posible–; en contraposición a la doctrina anglosajona de priorizar ante todo los intereses de los accionistas y propietarios.

El artículo pone en duda la resistencia de los ideales de la gestión de Unilever ante las circunstancias internas de la empresa y las condiciones de competencia en la industria. Recientemente el imperio Kraft-Heinz controlado por Warren Buffet y 3G Capital, un fondo conocido por reducir al máximo los costos de las multinacionales, intentó adquirir a Unilever aunque fracasó por las normativas británicas de adquisición. No obstante Unilever se ha visto presionada a poner en práctica ciertas técnicas de reducción de costos para lograr sus objetivos asumidos (*Dato Crucial 2*) al mismo tiempo las presiones en la competencia pueden cambiar al ser acechados sus competidores (como Nestlé y Danone) por fondos de cobertura de gestión activa que podrían recortar los costos en la industria.

La revista discute sobre dos ejes la evaluación "sustentable" de Unilever:

I. Alcances socio-ambientales y económicos.

La administración de Polman ha logrado disminuir las emisiones contaminantes, el uso de agua y los residuos por unidad de producción; además ha incrementado la inversión y el pago de

impuestos de la empresa (*Dato Crucial 3 y 4*). No obstante no ha habido grandes mejoras en los aspectos laborales, los salarios como porcentaje de la producción han disminuido (*Dato Crucial 5*). Su participación en el mercado global se ha incrementado junto con el flujo de efectivo por acción y su rendimiento total (*Dato Crucial 6 y 7*)

II. Sobrevivencia ante una base fragmentaria de accionistas.

Algunos accionistas podrían estar buscando rendimientos en el corto plazo. Esto podría estar detrás de los intereses de compra por parte de Kraft, una firma que depende de adquisiciones y reducción de costos para enmascarar su bajo crecimiento y aumentar su capacidad de endeudamiento (*Dato Crucial 8*).

Para *The Economist* el rol del estado inglés es de gran importancia en la protección de este tipo de empresas mediante políticas de regulación que limiten a los compradores apalancados y/o los derechos de voto de los accionistas cortoplacistas.

Sociedad vs valor accionista

De acuerdo con la revista, la oferta de Kraft obligó a que Unilever mejorara su estrategia de crecimiento, como resultado su rendimiento total es ahora el más alto de su industria. El caso de Unilever muestra hasta dónde puede llegar la política de la supremacía de los accionistas.

Datos cruciales:

1. Unilever tienen un valor de 176 mil millones de dólares.
2. En abril (2017) Unilever prometió elevar los márgenes operativos en 3.6% para 2020, realizar una recompra de acciones y retirarse de algunos negocios de bajo rendimiento (por ejemplo el negocio de margarinas).
3. Desde principios de 2009, cuando el Sr. Polman asumió el control, las emisiones, el uso de agua y los residuos han disminuido en 43%, 38% y 96%, respectivamente, por unidad de producción.
4. La inversión de Unilever (incluidos los gastos de capital, investigación, desarrollo de marcas y marketing) ha aumentado del 18% al 20% de las ventas. Sus pagos de impuestos han aumentado de 25% a 30% de las ganancias.
5. Los empleados de Unilever se han mantenido en 170 000 pero el pago como porcentaje de la producción de la empresa, o su "valor agregado bruto", ha disminuido de 46% a 39%. El pago de Unilever por empleado no ha variado en términos de dólares, aun cuando sus mejores gerentes obtuvieron, en promedio, 24% más.
6. La participación de mercado global de Unilever ha aumentado de 16% al 18% desde 2008.

7. El flujo de dinero por acción ha aumentado 65% en términos de dólares, un rendimiento bastante promedio en comparación con una canasta de diez rivales de Unilever. El rendimiento total (apreciación del precio de las acciones más dividendos) fue de 138% entre 2008-16 en dólares.

8. Las ventas de Kraft han disminuido durante los últimos nueve trimestres. Aun así, la deuda barata significa que si las empresas se mantienen en una buena racha pueden operar en una escala mucho mayor que antes. Una combinación de Kraft-Unilever podría tener un tope de deuda hasta los 120 mil millones de dólares.

Nexo con el tema que estudiamos:

Las fusiones y adquisiciones son un importante mecanismo de competencia en momento de bajo crecimiento, además en ciertos contextos de una débil/mala regulación monopólica puede incentivar la compra de empresas. E incluso suelen ser una práctica muy efectiva para modificar las mesas directivas cuando hay conflictos entre la gestión y los intereses accionarios. En un panorama económico estancado como el presente, son pocas las empresas que pueden sobrevivir ante las amenazas de los intereses cortoplacistas accionarios.

El caso de Unilever, bajo intensas presiones competitivas y ofertas de compra, muestra que los márgenes de las experiencias "alternativas" de gobernanza son sumamente estrechos.

Source URL (modified on 8 Noviembre 2017 - 11:53pm): <http://let.iiec.unam.mx/node/1527>

Links

[1] <https://www.economist.com/news/business/21727908-unilever-worlds-biggest-experiment-corporate-dogooding-parable-st-paul>

[2] <http://let.iiec.unam.mx/taxonomy/term/16>

[3] <http://let.iiec.unam.mx/taxonomy/term/20>