

## Reputación corporativa. Cerrad los Gabinetes de Crisis

### *¿Puede un soborno público borrar un soborno privado?*

El coloso automovilístico Hyundai, primer fabricante de Corea del Sur, destinará la aparatosa suma de 1.000 millones de dólares a un espectacular acto de “expiación” pública por el escándalo de los sobornos a dirigentes políticos que ha sacudido la empresa.

En un comunicado difundido el pasado 19 de abril, la dirección admite haber faltado a su deber de ejemplaridad con la sociedad y a sus propias obligaciones sociales, creando inquietud en la población. “Nos inclinamos y presentamos nuestras disculpas”, afirma con solemnidad.

El vicepresidente del grupo, Lee Jeon-Kap, asumió el papel de portavoz de este insólito acto de constricción que destina 1.000 millones de dólares “a caridad”. “Con esta donación -declaró- esperamos poder poner fin a las acusaciones concernientes a las operaciones de sucesión en el seno de la dirección”. Traducida esta declaración para que todos nos entendamos, significa que donde dice “acusaciones” debería decir en verdad “al escándalo de los sobornos”, porque no se trata de acusaciones sino de “hechos probados”. El tema de la “sucesión” era una trama compleja sometida a investigación judicial, que ahora examinaremos.

Vayamos por partes. La “caridad” con que la propia empresa adjetiva la donación de 1.000 millones, obviamente no es tan el fruto de un arrepentimiento espontáneo profundo y sincero (¿se habrían sentido tan caritativos si la prensa no hubiera descubierto el pastel?), sino que es la reacción del grupo, que se produce precisamente en vísperas de que comparezca ante la justicia el propio patrón del gigante industrial surcoreano, Chung Mong-Koo, de 66 años, así como su hijo Chung Eui-Sun, de 35, presidente ejecutivo de la sociedad Kia Motors, filial de Hyundai. Ambos van a destinar también a fines “caritativos” (en mi opinión, un soborno masivo para que el mercado olvide) el 60% de su parte de capital la sociedad Glovis, filial encargada de la exportación de vehículos sobre la que recaen los cargos de corrupción. Se estima que la participación de padre e hijo asciende a unos mil millones de dólares.

Glovis, al parecer sirvió de *caja negra* para atraer los favores del Gobierno, determinados dirigentes políticos y algunos bancos, según señala la investigación judicial. También existen sospechas sobre un importante incremento de la participación de Chung Eui-Sun en Glovis, así como una transferencia ilícita entre el patrón del grupo y su virtual sucesor. El magnate Chung Mong-Koo es esperado por los jueces a su regreso de China, donde Hyundai acaba de inaugurar su segunda gran factoría.

El anuncio de la donación de 1.000 millones “a la caridad” es interpretado por la prensa como una burda operación para lavar su imagen pública y su reputación. El hecho sucede después de que a finales del mes de marzo

pasado estallase el escándalo a raíz de la detención de dos directivos de una filial del grupo, así como un antiguo consejero oficial del ex presidente surcoreano Kim Dae-Jung.

### ***Última noticia***

El pasado 28 de abril, un tribunal de Seúl declaró la detención del Presidente del gigante automovilístico surcoreano Hyundai, acusado desvío ilegal de fondos y soborno a funcionarios públicos. La Fiscalía de Seúl sospecha que Hung utilizó cerca de 130.000 millones de wones (unos 114 millones de euros) para crear un fondo ilegal con el que comprar la voluntad de cargos públicos, además de causar perjuicios a la empresa por 390.000 millones de wones (unos 342 millones de euros).

### ***... y llegó la crisis***

Supongo que éste será un “caso” que vendrá a engrosar la literatura -ya abundante- de las situaciones de *crisis corporativas* que tanto gustan a las escuelas de negocios. ¿Dónde sería clasificado sino este caso? No creo que en efemérides ejemplares ni en modelos de management, ni de excelencia corporativa, y menos aún de gestión de la reputación. Si la empresa cataloga el caso, pues, como estimo, como un caso de “crisis”, éste será el enésimo que me da la razón en la estadística que sostengo, datos en mano: más del 85% de las crisis empresariales son creadas ¡por las propias empresas! Por acción o por omisión.

Entonces, ¿a qué viene la psicosis (o la moda) de los “gabinetes de crisis”? Por lo visto, tal vez será para crearlas. Algunos defienden que sirven para gestionarlas, porque dan por hecho que son inevitables (¿fatalismo o negocio del terror practicado por algunas consultoras?). Pocos somos los que preconizamos lo más sensato, económico y beneficioso para todos en relación con las crisis, ¡trabajar para evitarlas! Solución: conducta recta y honestidad. Como escribió Mme. de Maintenon, “Nada hay más hábil que una conducta irreprochable”.