



INFORMACIÓN Y COMUNICACIÓN DE LA RSC

María Consuelo Pucheta Martínez (coord.)

Netbiblo, La Coruña, 2010

292 páginas

Reseña por
Antonio Lozano Díaz

Información y comunicación de la RSC es uno de los nueve títulos de la Colección Sostenibilidad y Responsabilidad Social Corporativa (en adelante RSC), elaborada a partir de materiales de profesores del Máster Oficial en Sostenibilidad y Responsabilidad Social Corporativa de la UNED y la Universitat Jaume I de Castellón. El objetivo final de la colección es ofrecer conocimientos y herramientas que “permitan implementar la responsabilidad social como una estrategia de gestión de la sostenibilidad en empresas y organizaciones públicas y privadas.” (p. III).

Responsabilidad, sostenibilidad, sociedad, corporativismo, lo público y lo privado. Muchos términos densos interrelacionados. Y envueltos en el espectro de la información y la comunicación. ¿Es este un tema de interés para los estudiantes, expertos, investigadores y profesionales de la materia? Sin duda lo es, pero en los tiempos que vivimos (verano de 2012, España se encuentra ante una “intervención” bancaria por parte de la UE) y en el momento de su publicación (2010, pleno estado de crecimiento de la actual crisis económica mundial) el conocimiento de los elementos que configuran la RSC, los sistemas de recogida de esta información y la conexión con la Reputación Corporativa (en adelante RC) se hacen de mayor atractivo para estos colectivos.

La RSC debe adquirir el protagonismo firme en el mundo empresarial, gubernamental e institucional que durante la última década, incluso los últimos quince años ha dejado de tener.

Por lo tanto, la obra y por ende la colección, se encuadran en un contexto socioeconómico idóneo para su estudio y sobre todo práctica.

Información y comunicación de la RSC consta de tres partes: "Parte 1, Auditoría social y contabilidad" compuesta de cuatro capítulos, "Parte 2, Información corporativa sobre RSC", con cinco capítulos, y "Parte 3, Reputación corporativa", con cuatro capítulos. Además, la obra abre con una breve descripción de la colección, el currículum de los seis autores, prólogo de Alberto Andreu Pinillos, director de Reputación y Responsabilidad Corporativas de Telefónica y profesor del IE Business School, e introducción de la coordinadora del libro, María Consuelo Pucheta Martínez. Tras los diferentes capítulos de la tres partes, el libro cierra con un práctico glosario, bibliografía y una útil relación de "enlaces de interés" para consultar en internet.

En su prólogo, Alberto Andreu destaca que tras los escándalos de compañías como Enron y WorldCom en la raíz más profunda de la actual crisis, los diferentes estamentos como son los gobiernos, los mercados, los analistas, los inversores, las ONG, la Sociedad Civil y en definitiva las personas en calidad de personas y de representantes de cada estamento según corresponda, empiezan a preocuparse profundamente no sólo de lo que ganan las empresas en términos cuantitativos, sino también de cómo lo hacen. Esta es una cuestión mayúscula para el desarrollo humano.

Cada parte temática del libro arranca con una breve introducción de dicha parte, una relación de objetivos a cumplir y una representación esquemática del desarrollo. Esta estructura de comienzo de cada gran parte es muy interesante y recomendable para obras de corte técnico-académico porque resitúa al lector en todo momento que le sea necesario.

Dentro de la parte 1, el capítulo 1, "La información financiera y auditoría en el marco de la RSC", viene a recoger la importancia de ofrecer buena y veraz información sobre el estado financiero-contable de las empresas, con el objeto de permitir la toma de decisiones con conocimiento de causa por parte de los interesados. Con tal finalidad, desde hace años los gobiernos establecen mecanismos legales y de obligatorio cumplimiento para que las compañías ofrezcan esta información sin que se produzcan desajustes entre lo real y lo contable o financiero. Y para que esto sea así, la auditoría es la clave de control de los estados empresariales. La auditoría da paso a un mercado de control donde nacen muchas empresas auditoras que ofrecen su servicio y así entran en terceras compañía, revisar las cuentas y ofrecer resúmenes que validarán (o no) la información económica de la empresa auditada.

Esto último abre un campo de consideración que la autora de la obra repasa en el capítulo 2, "La responsabilidad social de los auditores". En este capítulo, María Consuelo Pucheta viene a tratar la importancia de la independencia del auditor y la empresa auditora. Si la auditoría se establece como mecanismo de clarificación de la información económica de una empresa en favor de que esta sea la cierta y no manipulada por la ingeniería contable con fines no propios al correcto proceder de la empresa (es decir, a la consecución de su misión, visión y objeto productivo) para que posteriormente los agentes interesados puedan decidir cosas (si invertir o no, si seguir comprando a esa empresa o no, si seguir trabajando en ella o no...),

el auditor o la empresa auditora debe ser absolutamente independiente y distante de la empresa "cliente" auditada para que no exista posibilidad alguna de que dicha auditoría no sea corrupta. Y es que esto puede ocurrir.

De hecho, en el capítulo 3, "El papel de los grandes escándalos financieros en la regulación de la contabilidad y la auditoría" la autora dice: "El motor desencadenante de las principales demandas de un papel más activo en la búsqueda de fraudes son los escándalos financieros" (p. 26). Aludiendo a casos como el de WorldCom, Arthur Andersen, Goldman Sachs, Morgan Stanley, Lehman Brothers, escándalos financieros de principios del siglo XXI, se pone de relieve la importancia de la auditoría independiente y sería como motor de seguridad y estabilidad económica y consecuentemente social. Estos grandes fraudes entre otros muchísimos más de menor tamaño han generado la desconfianza de los estamentos degenerando en la crisis económica y social actual. En España, hoy por hoy siguen saltando casos de fraude empresarial. ¿Por qué las auditorías de legal y obligado cumplimiento no han detectado y denunciado estos casos?

A partir de aquí, en el capítulo 4, "Nuevas tendencias en la regulación de la información financiera y la auditoría", se recogen los movimientos que los diferentes gobiernos, con epicentro en los EE.UU. y Canadá, y Reino Unido en Europa, y la SEC, Securities and Exchange Commission, "agencia creada por el congreso estadounidense tras el crack bursátil de 1929" (p. 74), en cuanto a la legislación en materia de RSC. El objetivo es el de avanzar en criterios similares y homologables mundialmente para que el control auditor sobre las empresas sea cada vez más efectivo, con afectación en las normas de buen gobierno corporativo. Los *stakeholders* deben contar con garantías en cuanto al desarrollo responsable de las empresas.

La segunda parte del libro se adentra en la "información corporativa de la RSC". Es decir, ¿la responsabilidad social de una empresa ante sus grupos de interés se limita a lo económico o financiero? Claramente no. La función de una empresa trasciende por naturaleza a la creación de riqueza económica y afecta esencialmente a lo social y lo medioambiental. La actividad empresarial no sólo crea dinero para los accionistas, sino que afecta al resto de partícipes generando calidad de vida, realización laboral, conciliación familiar... y al medio ambiente entendido como cuidado del entorno tanto natural como creado. Y estos tres aspectos, lo económico, lo social y lo medioambiental configuran las bases de la denominada sostenibilidad empresarial.

Esto constituye el denominado "enfoque Triple Botton Line" (Triple Balance o Triple Cuenta de Resultados): orientación de la empresa a un "desarrollo económico armónico", a crear un y "legar" un medio ambiente saludable y equilibrado, y generar un desarrollo social presente y futuro como ciudadano corporativo ("la empresa debe evitar y reducir desigualdades sociales y comportamientos reprochables en la gestión de sus actividades, tales como la corrupción)" (p. 115).

En conclusión, el correcto quehacer de las corporaciones en estas tres vías las hará sostenibles en el tiempo o no. Hoy por hoy asistimos a una crisis también de sostenibilidad por irresponsabilidad social corporativa.

A lo largo de los cinco capítulos de esta segunda parte, los autores tratan sobre los elementos y soportes (memorias) que deben recogerse para la gestión empresarial de la RSC como parte fundamental del correcto gobierno y quehacer de las empresas. De ahí la creación de las memorias de sostenibilidad, documentos que recogen las tres grandes líneas de acción: económico, social y medioambiental (Triple Botton Line). Hablan del Global Reporting Initiative (GRI) como institución bajo el amparo de las Naciones Unidas como motor de creación de guías para el desarrollo de memorias de sostenibilidad sobre criterios unificados. Claro que la cuestión de fondo es que no existe normativa legal en el mundo que obligue al cumplimiento de estas normas o guías. Hacerlo bien, desarrollar una cultura de RSC es voluntario y favorable para la generación de una buena Reputación Corporativa (RC).

Y de la RC trata la tercera parte y los cuatro capítulos que la componen. De la definición de la RC (capítulo 10), a la medición de la RC (capítulo 11), para llegar al valor de la RC (capítulo 12) y finalizar con la gestión de la RC (capítulo 13). La RSC pone de relieve la realidad de la compañía bajo los tres aspectos citados, en el interés de sus *stakeholders*, y en virtud de la gestión de buen gobierno corporativo.

La RSC se basa en lo que la empresa hace. La RC se produce a partir de la percepción de los grupos de interés. Es decir, la RSC es objetiva partiendo de la base de una buena y correcta gestión, mientras que la RC es pasiva y efecto de lo percibido, creído o entendido. Si bien esto es así, ambas, RSC y RC son diferentes pero complementarias: una buena gestión de RSC repercute en una buena RC, la cual mientras mejor sea más valor percibido aporta a los productos o servicios de la empresa y por tanto a un mejor rendimiento económico, social y medioambiental.

La RC es el verdadero valor de gestión de comunicación de la empresa por encima de la RSC. De hecho, ante una mala gestión de RSC la empresa puede desaparecer o perjudicarse en su RC. Pero será en este último caso la gestión de comunicación de la RC la que podrá enmendar los problemas de la empresa.

Los autores exponen casos de buena y no tan buena gestión de la RC. La buena gestión, basada en la correcta comunicación, puede suponer en el corto, pero también en el medio y largo plazo un elemento diferencial y positivo para la compañía. Para mayor profundidad en este tema se recomienda la lectura de La buena reputación. Claves del valor intangible de las empresas, de Justo Villafañe, muy citado en la obra que se reseña, y ya reseñado en la Revista Comunicación.

(http://www.revistacomunicacion.org/comunicacion_numero_3.htm#resenas).

El libro *Información y comunicación de la RSC*, si bien no es largo, sí es denso y específico, pero aporta claridad acerca de la función informativa de la RSC, de la historia y el porqué de la RSC, y de la RC dentro de la gestión responsable de las empresas. Visto desde un prisma laxo, es un libro que podría servir de base para el estudio legal, autonormativo y ejemplar del cumplimiento correcto de las funciones no sólo de las empresas privadas, sino también de gobiernos, instituciones públicas, organizaciones no gubernamentales y sin ánimo de lucro, de la banca y las cajas de ahorros en España, los poderes universales (legislativo, ejecutivo, judicial), los poderes representativos (las monarquías, los estados republicanos), los agentes de la comunicación (medios informativos). En el momento histórico actual todos ellos se están manifestando en evidente quiebra de responsabilidad.