

transparencia

2007 Semana Nacional



LA TRANSPARENCIA EN LA EMPRESA: UN DEBATE MUNDIAL

Conferencistas:

Juan José Fermín del Valle. Presidente del Consejo de la Federación Internacional de Contadores.

Francisco Ibarra Palafox. Coordinador de la Unidad de Estudios de Posgrado del Instituto de Investigaciones Jurídicas de la UNAM.

David Gómez-Álvarez. Profesor Investigador del Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Occidente.

Moderador:

Ángel Trinidad Zaldívar. Secretario Ejecutivo del Instituto Federal de Acceso a la Información Pública.

En primer lugar nos va a hacer el honor de acompañarnos el doctor Juan José Fermín del Valle, quien actualmente es Presidente de la Federación Internacional de Contadores.

Él asumió la Presidencia de esta organización en noviembre de 2006. Ha desempeñado diversos cargos, ha sido miembro del Directorio. Incluso fue Vicepresidente de la misma durante dos años.

Fue Presidente del Comité de Planeación y Finanzas, igualmente lideró la organización y el desarrollo tanto del Plan Operacional como del Plan Estratégico 2006-2008.

Es socio de la firma “Deloitte Argentina” desde 1980, ha sido profesor asociado en la Facultad de Ciencias Económicas de la Universidad de Buenos Aires y profesor de Contabilidad y Auditoría en la Universidad de San Andrés.

Juan José Fermín del Valle:

Muchas gracias por esta invitación para participar y tener la oportunidad de dirigirme a todos ustedes, para hablar sobre un tema relevante para el interés público en todo el mundo como lo es la transparencia.

La organización de esta Semana demuestra una clara visión de la importancia que reviste esta cuestión.

En la actualidad podríamos decir que transparencia es una palabra políticamente correcta; pero como otras palabras de significado trascendente, corre el riesgo de terminar siendo bastardeada y depreciada.

Por eso es importante tratar a la transparencia como un valor y hacerlo seriamente.



Como muchos otros valores, también con la transparencia existe el peligro de quedarnos en la mera proclamación. En materia de valores, pasar de la proclamación a la acción es siempre un desafío.

La organización que presidió, la Federación Internacional de Contadores (IFAC), agrupa a 155 organizaciones profesionales de contadores de todo el mundo, siempre ha considerado que el verdadero basamento de nuestra profesión son los valores que guían el accionar de sus miembros, cualquiera que sea el área de especialización a la que se dediquen.

Finalmente, son los valores y no las reglas las que efectivamente inciden en la conducta.

Hace ya varios años que la IFAC ha elegido tres valores como síntesis para expresar este compromiso y uno de esos tres valores es precisamente la transparencia.

Transparencia implica apertura, comunicación y rendición de cuentas. Transparencia es lo opuesto a oculto, a lo encubierto, a lo omitido. Es también lo opuesto a la mentira, la falsedad, la falta de verdad. En consecuencia, es lo opuesto a la ignorancia y por lo tanto a la falta de libertad.

En cambio, la transparencia bien entendida no debe oponerse a la privada bien entendida, sino por el contrario respetarla.

Este es otro importante desafío cuando se intenta implementar una política de transparencia. El otro desafío es el debido respeto del secreto comercial, industrial o profesional.

La transparencia se opone a la corrupción; la corrupción necesita de la oscuridad.

Donde hay transparencia se dificulta la corrupción. La transparencia no necesariamente implica comportamiento ético, pero habiendo transparencia el comportamiento no ético se dificulta.

No es sustentable pensar en la transparencia en las organizaciones sin considerar la transparencia en el nivel interpersonal.

Al igual que otros valores, es prácticamente imposible implementarlos eficazmente en una organización, si las personas que la conforman no se adhieren a ellos.

Si queremos saber cómo andamos de transparencia en el plano personal, preguntemos no sobre la franqueza y la honestidad en la comunicación con nuestra familia, con nuestros amigos o con nuestros colegas o asociados; para efectivamente implementar políticas de transparencia sustentable en una organización es necesario establecer una cultura de la transparencia.

Y ello se logra a partir de las personas. Son éstas las que deben reconocer y aceptar los beneficios de la transparencia y sobre esa base adherirse a ella.

La transparencia es particularmente crítica para el desarrollo de los mercados de capitales y financieros, dado que es una de las condiciones teóricas requeridas para que exista un eficiente funcionamiento de dichos mercados.

La transparencia, como dije, implica apertura, comunicación y rendición de cuentas.

La apertura tiene que ver con la visibilidad e implica el acceso a los procesos. La observación directa de los acontecimientos es clave por parte de los interesados.

Si bien éstos en muchos casos pueden no ser expertos en la materia expuesta a la observación, esta apertura es un elemento importante de la transparencia.

En este caso es el interesado quien saca sus conclusiones sobre lo que observa y debe ser consciente de sus propias limitaciones en ese rol.

La comunicación por su parte implica información. Para que sea eficaz, la información comunicada debe ser pertinente, relevante y confiable. En este caso quien comunica es responsable de la calidad y veracidad de la información comunicada.

Pero además, para que la información sea efectivamente utilizada y por lo tanto, útil, no sólo debe ser veraz y de calidad, sino que tiene que ser percibida como tal. Y es así que aparece la necesidad y conveniencia de que dicha información sea auditada.

La otra perspectiva importante a considerar es que las empresas no trabajan aisladas; funcionan dentro de una sociedad y deben rendir cuentas sobre cómo actúan dentro de esa sociedad.

Esta exigencia de rendir cuentas es una de las razones de ser de la transparencia y responde a la necesidad que tiene toda organización de relacionarse con sus accionistas, sus clientes, sus empleados y el público en general.

Planteadas así las cosas, las empresas deberían demostrar transparencia en varias áreas y respecto de distintos destinatarios.

En cuanto a estos últimos, en primer lugar debieran ser transparentes respecto de quiénes le proveen recursos: inversionistas y proveedores de financiamiento, tanto actuales como potenciales.

Pero hoy también se requiere transparencia respecto de los clientes y de los empleados, y también en este caso tanto de los actuales como de los potenciales.

En cuanto a las áreas, en primer lugar, las empresas debieran ser transparentes sobre los aspectos claves de su estrategia; su misión y visión, los principios y valores a los que se adhieren, y los objetivos estratégicos.

En segundo lugar, debieran ser transparentes sobre los procesos que respaldan esa estrategia.

En tercer lugar, debieran ser transparentes respecto del valor que son capaces de generar, lo que implica la comunicación de información relevante tanto financiera como no financiera.

Históricamente los estados financieros han sido uno de los principales medios para que las empresas provean información a los accionistas y a los inversores potenciales, como así también a otros proveedores de recursos.

Es una responsabilidad de la administración asegurar que los estados financieros reflejen la realidad económica y cumplan con las normas de contabilidad necesarias.

Pero como dije antes, para que la información sea utilizada, no sólo debe ser pertinente y relevante, sino que además debe ser percibida como confiable y esa es la razón de ser de la auditoría.

Ahora bien, la información relevante para un inversionista o potencial inversionista no se agota en los estados financieros. Por el contrario, hoy se acepta que debemos acercarnos a un marco que provea a los inversionistas con toda la información que necesitan para evaluar la capacidad que un ente tiene para crear valor.

Para ellos, los estados financieros tradicionales, basados en información financiera histórica, son indispensables pero no suficientes.

En los últimos años hemos vivido y continuamos todavía viviendo, un proceso tendiente a fortalecer las normas de gobierno corporativo, las normas contables y la función de auditoría, a fin de procurar que la información financiera histórica sea efectivamente de alta calidad.

Pero logrado este objetivo esencial, necesariamente volverá a cobrar fuerza la idea de desarrollar e implementar un sistema de información más comprensivo, que incluya información financiera y no financiera, información cuantitativa y cualitativa.

Hoy, muchas empresas proveen voluntariamente información adicional sobre sus bienes intangibles, medidas de desempeño relacionadas con su participación en el mercado y la calidad de sus recursos humanos, como también información para anticipar situaciones futuras, un número de empresas cada vez mayor entiende que hacer todo esto es una ventaja competitiva que atrae capital y genera confianza.



Otras también proveen información sobre estrategias, riesgos, medidas de compensación o medidas de desempeño específicas de las empresas relacionadas con sus valores claves.

Toda esta información también requiere de una auditoría que le otorgue credibilidad. ¿Qué información y cómo debe ser reportada? Es una cuestión hoy de debate.

Un área que pide más transparencia es la referente a la compensación de los directores ejecutivos, otra área que todavía requiere más desarrollo es la relativa a la información a proveer al cliente, por un lado y al propio personal por el otro.

Finalmente, otro desafío es hacer toda esta información comprensible y accesible para todo el público interesado. El potencial claramente reside en Internet, a través de sus sitios Web, las empresas pueden, a un muy bajo costo, hacer pública y accesible la información para todos los interesados.

Además, el desarrollo y expansión del XBRL (eXtensible Business Reporting Language. Lenguaje extensible de informes de negocios), facilitará la comunicación, intercambio y análisis de información sobre contabilidad, finanzas y otras medidas de gestión.

El XBRL también mejorará el acceso de los inversores y demás interesados a la información y aumentará dramáticamente la velocidad para obtener dicha información.

Quizá lo más importante respecto del XBRL es el cambio cultural que representa, al pasar de la comunicación de información elaborada previamente, a la puesta a disposición, simple y llana, de los datos, dejando la elaboración y el análisis al usuario.

Buena parte de la labor que lleva a cabo nuestra Federación Internacional de Contadores, tiene que ver con la transparencia y el apoyo a las políticas de transparencia.

IFAC pide a todos sus miembros que adopten el Código de Ética de la IFAC, el cual aplica a todos los contadores profesionales, incluidos aquellos que trabajan en empresas o en el sector público. Entre otras cuestiones este Código requiere transparencia sobre cualquier situación que pueda levantar sospechas o preguntas sobre un conflicto de interés.

Provee también guías adicionales sobre cómo superar los conflictos y satisfacer a todas las partes que debe servir un contador público.

Nuestra junta emisora de Normas Internacionales de Auditoría emite normas de alta calidad que cubren un aspecto que resulta esencial para que la información comunicada como consecuencia de las políticas de transparencia resulte efectivamente utilizada.

Entre las normas emitidas por esta junta, se encuentran también aquellas que definen el marco para otorgar credibilidad a información no financiera.

Las propias normas sobre informes de auditoría también responden a los principios de la transparencia, cuando establecen la manera en la que el auditor debe comunicar sus conclusiones en sus informes.

Además de estos documentos, el informe de IFAC titulado "Reconstruyendo la confianza pública en la información financiera, una perspectiva internacional",

pone el foco en todos aquellos que participan en la llamada cadena de información financiera, comprometiéndolos a actuar con transparencia y sirviendo al interés público.

En estos momentos estamos trabajando en otro documento específico sobre la cadena de información financiera.

Otros estudios adicionales, realizados por IFAC sobre gobierno corporativo, los códigos de conducta de las corporaciones y el rol de los contadores profesionales que trabajan en las empresas también analizan el tema de la transparencia.

Se puede acceder a todos estos documentos de manera gratuita en el sitio Web de nuestra organización. IFAC también predica con el ejemplo cuando se refiere a transparencia.

El debido proceso que siguen las juntas independientes dedicadas a emitir normas, incluidas las de auditoría ética, educación y contabilidad para el sector público, es uno de los más transparentes del mundo.

Las organizaciones profesionales que son miembros de IFAC deben participar del llamado Programa de Conformidad de las Organizaciones miembros de IFAC, en el cual a través de un proceso de autoevaluación cada una de las 155 organizaciones profesionales deben indicar el nivel de conformidad con los requerimientos de IFAC.

Estos requerimientos se refieren específicamente y principalmente a la adopción de Normas Internacionales emitidas por la IFAC y por la Junta de Normas Internacionales de Contabilidad, y todos los resultados de esta evaluación son de acceso público en el sitio Web de IFAC.

La transparencia es fundamentalmente esencial en los gobiernos, es un requisito, en primer lugar, para la democracia y también para la estabilidad y la eficiencia. Cuando los ciudadanos están informados están en condiciones de entender mejor cómo el Gobierno actúa en su nombre, y cuanto más comunica el Gobierno sobre la razón de sus acciones, más confianza habrá por parte de los ciudadanos en los procesos de tomas de decisiones de su Gobierno.

La transparencia en la información financiera por parte de los gobiernos es también esencial, más que en el sector privado.

Produce como resultado una mejor administración por parte de los gobiernos, y es uno de los principales

medios a través de los cuales se puede fortalecer la confianza en el proceso democrático.

IFAC también se ocupa de este aspecto mediante la emisión de normas para la información financiera del sector gubernamental.

Los contadores profesionales juegan un papel esencial en el funcionamiento de la sociedad y en el funcionamiento de las empresas, entidades e instituciones que en ella actúan.

Lo mismo ocurre en el sector público. Este papel esencial se cumple trabajando y proveyendo información confiable y transparente. Así se protege el interés público, se contribuye al bien común, y se aporta al desarrollo integral de las sociedades, un desarrollo que no se queda en lo económico, sino que fluye a lo social y a lo cultural.

Por eso IFAC continuará apoyando el compromiso con la transparencia por parte de las empresas, las organizaciones sin fines de lucro y los gobiernos en el conocimiento de que es una tarea fundamental para el cumplimiento de su misión de servir al interés público.

Moderador: Ángel Trinidad Zaldívar. Secretario Ejecutivo del Instituto Federal de Acceso a la Información Pública.

Como bien sabemos y como bien lo decía el doctor, hay que tener cuidado con el uso que se le da a la palabra “transparencia” porque a veces, de tanto utilizarla se vacía su o el contenido.

Pareciera ser que con el simple hecho de mencionarla, eso ya *per se* hará que las instituciones, sean públicas o privadas, se conviertan en instituciones transparentes.

Me recuerda la importancia de los valores, un poco retomando lo que se discutió y comentó en la sesión anterior, pero no cabe duda que la transparencia coadyuva en el desarrollo de los mercados dado que elimina estas asimetrías que hay para que los actores económicos participen en igualdad de circunstancias.

Hace esta distinción importante que también se ha tocado aquí, respecto de la calidad de la información, de la comunicación. La información –nos dice él– debe ser usable o utilizable, veraz, pertinente, pero por supuesto con calidad.



Una característica muy importante –y no cabe duda, aquí es donde el título de esta mesa cobra mayor relevancia, que es La Transparencia en la Empresa: un debate mundial– es esta cuestión de que la información pueda ser auditible.

Hay que ser transparentes, como dice el doctor, con los inversionistas, con los socios, pero también con los clientes y aquí, ¿cómo no recordar estas dos situaciones terribles en materia empresarial que fueron los temas de ENRON y PARMALAT?, en donde se vieron inmiscuidos también los auditores, los despachos de contadores responsables de hacer transparente esa información.

Y vamos, finalmente esta importancia de transparentar mucho más allá de los estados financieros, en el caso de las empresas; es decir, no sólo la información financiera sino toda una serie de información que le es útil al socio, pero también al consumidor. Y para ello esta relevancia de que los propios empresarios cuenten con un código de ética.

A continuación nos honra con su participación el doctor Francisco Ibarra Palafox. Doctor en Derecho por la Universidad Nacional Autónoma de México, tiene Maestría en Teoría Política por la London School of Economics and Political Science.

En el 2006 recibió el Premio de la Academia Mexicana de Ciencia a la mejor Tesis Doctoral en el área de Ciencias Sociales e igualmente recibió el Premio “Marcos Kaplan” a la mejor Tesis Doctoral que otorga el Instituto de Investigaciones Jurídicas.

Igualmente, el año pasado fue acreedor a la Medalla “Alfonso Caso” que otorga el Consejo Universitario de la UNAM al Mérito Universitario.

Actualmente es Coordinador de la Unidad de Posgrado del Instituto de Investigaciones Jurídicas, donde también es investigador y, por supuesto, es parte del Sistema Nacional de Investigadores.

Es autor de diversos libros y más de 30 artículos periodísticos.

Francisco Ibarra Palafox:

No es mucho lo que puedo agregar a la excelente presentación e introducción de Fermín del Valle, quien con mucho acierto nos ha ilustrado sobre las actividades que se encuentra desarrollando al frente de la Federación Internacional de Contadores.

Además, soy jurista y politólogo, no tengo el privilegio de ser contador.

Entre otras cosas y con el afán de incentivar la transparencia en las empresas, Fermín del Valle nos ha subrayado la necesidad de que la información que se proporciona de las empresas sea relevante y confiable, condiciones indispensables para el actuar de éstas en las democracias modernas.

Igualmente, ha subrayado la necesidad de transparentar la operación y la información que proporcionan todos aquellos segmentos que se encuentran en la cadena de la empresa: despachos contables, firmas legales, medios de comunicación, etcétera, pues la empresa no es una entidad que se desenvuelva en el vacío.

De esta manera, la transparencia es indispensable no sólo para la empresa, sino también para todos aquellos que interactúan con ella, pues no hay que perder de vista que toda empresa tiene una responsabilidad social significativa.

Como decía 'John Rawls': "Las instituciones básicas de las sociedades políticas son todas aquéllas que definen los acuerdos básicos de una sociedad, entre cuyos acuerdos se encuentran los principales arreglos económicos, en los cuales las empresas tienen un papel significativo".

De esta manera, las instituciones básicas de la sociedad no sólo son las instituciones públicas que establecen las reglas del juego en una sociedad democrática. También lo serán todas aquellas empresas privadas o públicas que tengan un papel social preponderante, ya sea económico o social al interior de la sociedad en la que se desenvuelven.

Con acierto Fermín del Valle ha subrayado la necesidad de elaborar estados financieros transparentes y de fortalecer las reglas y normas que regulan el mundo corporativo, entre ellas, desde luego, se encuentra la adopción de un Código de Ética que propone el IFAC.

Coincido con la propuesta de adopción del Código de Ética, pues por largo tiempo el mundo de los negocios y las escuelas de negocios han adoptado frecuentemente una estrategia que omite cualquier consideración ética, en aras de obtener la mayor utilidad y la máxima de las ganancias.

La adopción de estas estrategias utilitaristas del mundo corporativo corre en sentido contrario a lo que ha sucedido, por ejemplo, en el mundo del derecho o de la política internacional.

En efecto, después de la Segunda Guerra Mundial el mundo jurídico y político ha ido construyendo una serie de estrategias que permiten la ponderación de cuestiones éticas o morales.

Esto no podía ser de otra manera, pues el terrible desarrollo militar y el potencial destructivo que desarrolló el ser humano hacia mediados del siglo pasado, hacía imprescindible que se construyera un código moral que sirviera como marco al mundo del derecho y de la política internacional.

La construcción de una teoría moderna de los derechos humanos es en buena medida una muestra de ello. Por el contrario, mientras el derecho y la política construida en un discurso ético que nos protegiera del autoritarismo y la posible destrucción del género humano, el mundo de los negocios con frecuencia corría por un carril en el que lo único que importaba eran las ganancias y la utilidad.

Esto ya no es posible, pues la obtención de la máxima ganancia a toda costa, implica pasar por alto con

frecuencia importantes principios morales. Ejemplo de ello son las violaciones a los derechos humanos que han cometido múltiples empresas transnacionales en el mundo.

No está de más subrayar que ya los tribunales internacionales en materia de derechos humanos han subrayado que las violaciones a estos derechos no sólo es posible que las cometan las personas que trabajan para el gobierno y las instituciones públicas.

Semejantes violaciones pueden ser ejecutadas por quienes trabajan para las empresas privadas y las corporaciones. Esto no debería sorprendernos, pues si consideramos a las 100 entidades más ricas del mundo, 50 son Estados nacionales y las otras 50 son empresas; es decir, las empresas compiten con el Estado no sólo en riqueza, en ocasiones también en el uso de la fuerza.

Creo que con el tiempo no sólo será indispensable que las empresas asuman un código de ética para la realización de sus actividades.

Creo fehacientemente que también deberá asumir un código que delimita sus responsabilidades sociales, políticas y económicas.

En efecto, las últimas décadas han presenciado cómo la riqueza mundial ha transitado aceleradamente del sector estatal al sector privado.

Ello ha implicado que el papel de las empresas en la vida económica se acreciente, pero su papel no sólo es más relevante en la vida económica, también el papel de las empresas se ha acentuado en la construcción de las democracias contemporáneas, pues su peso económico tiene un claro impacto en la vida política de nuestras sociedades.

En consecuencia, las empresas también deben ser buenos ciudadanos. Es urgente, pues, comenzar a construir una ciudadanía empresarial o corporativa.

Por ciudadanía corporativa me refiero a la conciencia que la empresa asume dentro de la construcción de la democracia, así como en la construcción de lazos de identidad y solidaridad con el resto de los integrantes de la sociedad.

Un buen ciudadano no es sólo quien se siente partícipe de la vida política de su sociedad, sino quien colabora en el bienestar de los otros.

Entonces, las empresas deberían también asumir que el bienestar de los integrantes de la sociedad depende también de ellas y no sólo del Estado.



Una justa distribución de la riqueza sería un buen principio para colaborar en el bienestar de los otros y en el fortalecimiento de una sociedad democrática.

Fermín del Valle ha hecho mención al informe del IFAC intitulado “Reconstruyendo la Confianza Pública en la Información Financiera: Una Perspectiva Internacional”, en el cual, entre otras cosas, se destaca el papel de todos aquellos que participan en la llamada cadena de información financiera.

Este es un documento magnífico que no sólo emite un diagnóstico sobre los factores que inciden en la desconfianza que buena parte de la sociedad tiene, con relación a la información financiera, sino que, además, establece una serie de importantes pasos a seguir para recuperar esa confianza, tales como el fortalecimiento de los estándares de la información financiera que emiten los auditores, pasando por la supervisión que hacen los consejos de administración de las empresas o la supervisión propia de los organismos reguladores.

Como dije, es un documento magnífico y no podría agregar mucho a ello. Sólo diré que entre los motivos que dieron origen a este tipo de documento y a este tipo de estudios, se encuentran los escándalos financieros de finales de los noventa y principios de este milenio.

Entre tales escándalos destaca de manera particular la quiebra del gigante de los energéticos ENRON. ENRON era importante por los siguientes aspectos, por ejemplo, con activos de alrededor de 62 billones de dólares, ENRON fue en el momento de su debacle, la quiebra más grande que haya registrado la historia corporativa de los Estados Unidos, sólo Eclipse o la quiebra de WorldCom, en junio 21 de 2002.

ENRON quebró gracias a una suma de pasivos que excedían el producto interno de Iraq, por ejemplo. Asimismo, en el momento de su quiebra ENRON tenía cientos de acreedores, entre los que se encontraban varios de los bancos más importantes de Estados Unidos y de enfurecidos empleados que prácticamente perdieron sus planes de retiro.

El fracaso de ENRON también puede considerarse uno de los mayores escándalos político-financieros que registra la historia reciente de los Estados Unidos.

Después Watergate podemos decir que ENRON ha sido el mayor escándalo de este tipo en ese país, con la diferencia de que mientras Watergate implicó a poco más de una docena de políticos, en cambio ENRON financió a muchísimos más políticos, incluida la propia familia presidencial de los Estados Unidos.

Al momento de su bancarrota comenzó a salir a la luz pública que esta empresa tenía vínculos con numerosos políticos estadounidenses a los que canalizaba cuantiosos recursos.

Estos políticos van desde la propia familia Bush, el padre, el actual Presidente, pasando por el Congreso, cortes de justicia estatales, legislaturas y burócratas de todo nivel.

Son muchos los favores que ENRON hizo a este sistema de políticos. Al momento de yo decirles esto, algunos funcionarios de ENRON están ya purgando penas de prisión. Sin embargo, ninguno de los políticos que recibió dinero de esta empresa de energéticos ha sido llevado a juicio.

También ENRON es el mayor escándalo que ha goleado a Wall Street, debido a que la debacle de esta empresa atrapó con ella a los más importantes bancos e

inversionistas de Nueva York, incluidos Mary Lynch, City World, City Morgan y una decena más.

En efecto, los bancos nos sólo prestaron a ENRON enormes sumas de dinero y realizaron significativas inversiones en la compañía, sino que algunos de sus ejecutivos participaron en esas operaciones que ENRON trató de mantener ilícitamente al margen de su contabilidad.

Adicionalmente ENRON es, sin lugar a dudas, el mayor escándalo que ha tenido lugar en el mundo de la contabilidad de los Estados Unidos.

La que una vez fuera una de las firmas más grandes contables de ese país, Arthur Anderson, quien prestaba servicios a ENRON de consultoría y auditoría por cerca de 52 millones de dólares al año, y a cambio avaló sus operaciones financieras y ocultó la verdad sobre su contabilidad, fue declarada culpable el 15 de junio de 2002 por haber obstruido las investigaciones en torno a ENRON y para el día de hoy ha desparecido.

Igualmente, el colapso de ENRON es un formidable ejemplo de la piratería ejecutiva que tiene lugar en algunos sectores del mundo corporativo de los Estados Unidos.

De esta manera un puñado de ejecutivos de ENRON pudo hacerse de fortunas increíbles que podían ir desde las decenas hasta las centenas de millones de dólares, al mismo tiempo que iban hundiendo cada vez más a ENRON.

Por ejemplo, entre 1998 y 2001 un par de docenas de ejecutivos de ENRON y de su Consejo de Administración vendieron acciones de la empresa por valor de más de 1.1 billones de dólares, lo que ciertamente precipitó la caída de esta empresa.

Esto es también reflejo de lo que ha sucedido en un sector del mundo corporativo. Hace 30 años los máximos directivos de una empresa en los Estados Unidos ganaban en promedio 39 veces el salario de un trabajador regular.

Para principio del 2000 se estima que los altos directivos de las corporaciones ganan en promedio mil veces más que sus trabajadores regulares.

Finalmente, pero no lo menos importante, la quiebra de ENRON nos muestra el valor de la información. En efecto ENRON y sus ejecutivos se hicieron multimillonarios gracias a que escondían la información. Ocultaban el valor real de la empresa, es decir, reportaban ganancias que en realidad no

percibían y ocultaban sus adeudos, todo ello avalado por alguna firma contable, como era Arthur Anderson.

De esta manera ENRON reportó un valor que en realidad sólo existía en documento. Asimismo la caída de ENRON se debe a la propia información, quizá un poco tarde, pero llegó.

Ya que una vez que se fueron haciendo públicos los adeudos de ENRON, así como las operaciones fraudulentas que soportaban sus ingresos, y las diferencias que había al interior de la empresa entre sus directivos, los inversionistas les comenzaron a perder confianza a los directivos de ENRON.

Esto ocasionó que el valor de las acciones fuese cayendo primero poco a poco y después estrepitosamente. Todo ello gracias a la facilidad con que comenzó a fluir la información en los círculos financieros sobre las irregularidades de esta empresa.

Al respecto téngase presente una regla básica del mercado de valores, que la información sobre la salud de una empresa es vital para determinar que el precio de las acciones suba o baje.

Es decir, la transparencia de la información es vital.

No es mi intención abrumarlos con este caso, el caso de ENRON, sólo quise introducir el tema, pues la quiebra de esta empresa dio pauta a una reflexión internacional para mejorar la profesión contable en el mundo, y generar conciencia de que la empresa tiene responsabilidades de información para con los ciudadanos de las democracias.

Pero también el caso de ENRON me sirve para introducir la siguiente pregunta: ¿Nosotros en México o en el país en el que nos encontramos cuántos ENRON tenemos?

En el caso mexicano me vienen a la mente, por lo menos, los casos de FOBAPROA y algunas privatizaciones que tuvieron lugar durante los ochenta y los noventa y el caso de los "Amigos de Fox".

Por ejemplo, si bien parece ser que financieramente el caso de FOBAPROA es un caso cerrado, en cambio no lo es desde el punto de vista político y de la información.

En efecto, una sociedad democrática tiene derecho a saber cuáles empresas realizaron fraudes financieros, qué empresas ocultaron información que después le costó al erario público su rescate.



El derecho a la información en este punto, es un derecho al que todos debemos acceder, para que semejantes abusos no se repitan. No debemos dejar espacio a la impunidad.

Para evitar futuros casos de este tipo hay la necesidad de pensar la conveniencia de crear una especie de Comisión de la Verdad, no se me ocurre un nombre mejor, para esclarecer desde el punto de vista ético algunos delitos económicos.

También creo, se hace indispensable reflexionar en la necesidad de construir una institución que regule más de cerca las responsabilidades sociales de la empresa.

Estas responsabilidades deben de ser públicas y transparentes, de frente a la sociedad.

Moderador: Ángel Trinidad Zaldívar. Secretario Ejecutivo del Instituto Federal de Acceso a la Información Pública.

No cabe duda que este paseo por la problemática que se suscitó en ENRON, nos hace un atentísimo recordatorio de la importancia social y los impactos que puede tener el manejo de empresas del tamaño de ENRON.

Con estos comentarios respecto de lo que sucedió con ENRON Francisco trae a esta mesa de discusión este debate mundial, en uno de los libros de los cuales él ha sido coautor, un libro sumamente importante y altamente recomendable que fue editado por el Instituto de Investigaciones Jurídicas de la UNAM de manera conjunta con el IFAI, y que se llama “El poder de la transparencia: nueve derrotas a la opacidad”.

Nos dan –algunos otros autores y Francisco– una amplísima explicación respecto de lo que puede suceder alrededor de la opacidad en algunas otras materias que no necesariamente tienen que ver con el Gobierno.

Por ejemplo, en este libro mencionan los autores que PARMALAT, empresa italiana que cayó en desgracia, llegó a representar más del 1.5 por ciento del PIB italiano y cómo fueron incrementándose los salarios de los altos directivos, de representar 39 veces el valor a más de novecientas o mil veces respecto de los niveles más bajos, retoma lo que nos decía Fermín del Valle respecto de la necesidad de transparentar esta parte de las percepciones que tienen los directivos.

En seguida nos acompaña con sus comentarios David Gómez-Álvarez.

Estudió la Licenciatura en Administración Pública en el Colegio de México. Posteriormente la Maestría en Políticas Públicas, igualmente en la Escuela de Economía y Ciencia Política de Londres y la Maestría y el Doctorado en Administración Pública en la Universidad de Nueva York.

Ha sido consultor del Buró de Políticas del Programa de Naciones Unidas para el Desarrollo y ha tenido una intensa actividad en materia electoral, en donde ha sido Director de Capacitación Electoral y Educación Cívica del Instituto Electoral de Jalisco; Consejero Electoral y Asesor en el Consejo General del Instituto Federal Electoral.

También ha sido coordinador académico de la Maestría en Política y Gestión Pública del Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Occidente, actualmente es académico del ITESO.

David Gómez-Álvarez:

Permítanme regresar a la ponencia de Fermín y simplemente decir que el caso de ENRON y el de PARMALAT parecieran casos lejanos, pero en realidad terminan salpicando realidades muy cercanas y concretas:

En el caso de PARMALAT, hubo lecheros afectados en Veracruz, Jalisco y Guanajuato. De manera que ese tipo de escándalos que de pronto vemos en los periódicos, tienen impactos en realidades concretas y cercanas.

Pero déjenme volver a la presentación de Fermín, que es la que quisiera comentar más a fondo.

El punto de partida de Fermín que nos propone, en su interesante presentación, es entender a la transparencia no como un instrumento ni como un propósito, sino como un valor en sí mismo. Me parece interesante la propuesta.

Pero lo hace sin soslayar el riesgo que supone quedarse en la mera proclamación de valores, sin utilidad práctica ni implicaciones concretas.

Como contador, Fermín es consciente de que el reto está en pasar –como él mismo lo advierte– de la proclamación a la acción, de los valores a la práctica. Afirma que son los valores y no las reglas los que efectivamente inciden en la conducta.

Desde una perspectiva institucionalista, sin embargo, se podría sostener que no necesariamente siempre es así; que también son las reglas, entendidas como estructuras de incentivos y sanciones las que rigen la conducta social, incluida la conducta de las empresas.

Pero como en todo, se trata de una combinación de factores: los valores, incentivos, reglas y demás.

En cualquier caso, lo que Fermín nos quiere transmitir es la importancia central de la transparencia como valor social, tanto en el mundo empresarial como en el sector público gubernamental. Ese es el mensaje.

La transparencia bien entendida –nos dice Fermín– no debe oponerse a la privacidad. Por el contrario. Una política de transparencia es compatible con el secreto profesional o el secreto industrial –nos dice–, por mencionar dos asuntos que requieren ser resguardados y protegidos.

Y es que la clásica dicotomía que divide a la sociedad entre lo público –como el espacio de lo estatal, que debe ser por definición transparentado– y lo privado,

como el espacio íntimo individual que debe de ser resguardado, ya no es útil esta dicotomía para clasificar ámbitos que deben publicitarse, abrirse y diferenciarse de ámbitos que por el contrario, deben protegerse y resguardarse en la privacidad o la intimidad del individuo.

No todo lo gubernamental debe publicitarse por definición ni todo lo privado debe resguardarse por default. Hay asuntos públicos que por razones –digamos– de seguridad, no se pueden publicitar; y en cambio, hay asuntos privados que, por las externalidades o impactos que generan, se tienen que transparentar.

Por eso tiene razón Fermín cuando afirma que la transparencia y la privacidad no son términos antónimos sino conceptos diferentes que, sin embargo, pueden coexistir en una misma empresa o en una misma realidad.

Si el punto de partida de la ponencia de Fermín es, como ya lo escuchamos, la transparencia como valor fundamental, entonces la ética entendida como un código de valores debería de jugar un papel clave en la transparencia.

Sin embargo, Fermín lanza una provocación, una idea provocativa: La transparencia no necesariamente implica un comportamiento ético. Y tiene toda la razón, la transparencia sólo devela, pero no corrige el comportamiento de los individuos. Transparenta la realidad, pero no le imprime valores.

Por tanto, Fermín ubica el kit de la transparencia en el nivel interpersonal. Es allí, en las personas, donde este valor de la transparencia ha de ser apropiado entre los individuos en forma de una cultura de la transparencia.

Fermín afirma, y con cierta contundencia, que la transparencia implica rendición de cuentas.

Me parece que no necesariamente hay una implicación asociada. Transparencia no supone rendición de cuentas en automático; un Gobierno o una empresa puede ser tan transparente como una caja de cristal y sin embargo no rendir cuentas.

Lo contrario, desde luego, es un absurdo ilógico que no existe, pues toda organización que rinde cuentas es por definición transparente o no está rindiendo cuentas.

Y es que la transparencia es parte de la rendición de cuentas, pero no al contrario. Por tanto, que una empresa sea transparente no necesariamente la hace



una empresa que rinde cuentas y mucho menos una empresa socialmente responsable.

En cualquier caso y sin meternos demasiado a la discusión conceptual, me parece que Fermín atina cuando advierte que las empresas no existen en el vacío, sino que están insertas en un contexto social y, en consecuencia, deben rendir cuentas sobre cómo actúan dentro de una determinada sociedad, más allá de que sus individuos y su cultura sean acordes al valor de la transparencia, como premisa inicial para esta discusión.

¿Y deben de rendir cuentas las empresas?, nos dice Fermín, en diversas áreas y sobre todo respecto de distintos destinatarios: accionistas, clientes, empleados, proveedores, inversionistas y público en general.

En efecto, la empresa como tal se relaciona con múltiples segmentos sociales y con diferentes facetas ciudadanas, que los individuos pueden adoptar, dependiendo el rol que estén jugando en la sociedad y frente a los cuales la empresa debe rendir cuentas de forma integral, simultánea y diferenciada, todo al mismo tiempo.

La rendición de cuentas de los gobernantes puede darse de forma vertical y horizontal, como lo sugiere la teoría democrática de muchos conocida. Verticalmente en el sentido del gobernante que rinde cuentas frente al gobernado y horizontalmente, en el sentido del gobernante que rinde cuentas frente a otros gobernantes, como lo hace el Poder Ejecutivo frente al Legislativo.

Haciendo un símil en el ámbito privado tenemos que la rendición de cuentas de las empresas también puede darse en ambas formas: de forma vertical, cuando la empresa rinde cuentas frente a la autoridad como cualquier particular lo hace, no se puede escapar de hacerlo; pero también se puede en forma horizontal, cuando la empresa rinde cuentas frente a otras empresas o individuos particulares, llámense clientes, usuarios, accionistas o ciudadanos en general, como mencionaba Fermín.

Es decir, la rendición de cuentas entre empresas y al interior de las empresas es tan importante como la rendición de cuentas frente a la autoridad.

En cualquier caso las diversas cadenas de rendición de cuentas, lo que forman son redes formadas de pesos y contrapesos que en su conjunto forman una suerte de sistema global, complejo, informal, laxo de rendición de cuentas, donde una empresa o un ciudadano es al mismo tiempo cliente y proveedor, contribuyente y consumidor, empleado y accionista y cualquier otra combinación que ustedes quieran; es decir, un mismo individuo o una misma empresa pide cuentas y rinde cuentas.

A final de cuentas, y no es juego de palabras, la rendición de cuentas es información que –nos dice Fermín– debe ser pertinente, relevante y sobre todo confiable y creíble; creíble para la opinión pública, para los clientes, para el público en general.

Y para verificar tales atributos de la información la auditoría debe proveer información no sólo financiera, sino también y cada vez más información no financiera, información cualitativa y cuantitativa, que convenza a los muy diversos *stay holders* de una empresa o de una sociedad.

Lograr que la información sea accesible y comprensible para todo el público interesado es un desafío de la transparencia y de la rendición de cuentas de la empresa hoy en día, nos dice Fermín.

Y lo es en gran medida porque la calidad y utilidad de la información está y debería estarlo determinada por la demanda, por el usuario, el consumidor, el cliente, el ciudadano; esto es, quien recibe la información y a quien se le rinde cuentas, más que por el lado de la oferta, es decir, la empresa, el gobernante o la autoridad, que es quien provee la información y rinde cuentas.

Aquí la direccionalidad en la ecuación no se puede invertir, porque la lógica es unívoca.

Por mucho tiempo se pensó que la empresa privada no tenía por qué dar a conocer información al público en general, más allá de darla a conocer al cerrado círculo de sus accionistas o acreedores representados en el Consejo de Administración.

Quizá por su condición de entidad privada la empresa –se creía– no tenía por qué rendir cuentas a la sociedad y menos a quien no fuera, si acaso al Gobierno a quien estaba obligada de pronto a rendirle cuentas.

Sin embargo, la creciente incidencia o al menos el reconocimiento de esta incidencia creciente pública y la composición social del capital de muchas empresas, particularmente de las grandes corporaciones, las hace lo que algunos llaman entidades privadas de alcance público o como mi colega Francisco Ibarra Palafox decía, una especie de ciudadanía corporativa dentro de la sociedad.

Ayer incluso decía Isaac Katz, de manera por demás provocativa, que las empresas privadas que cotizan en la bolsa, son las verdaderas empresas públicas de este país y no las paraestatales.

La afirmación admite muchísimos matices, pero el punto es interesante, las empresas privadas tienen mucho de público y cada vez más, en el sentido, al menos, de que deben rendir cuentas a la sociedad.

Me parece, finalmente, que la presentación de Fermín presenta varias de las claves de este nuevo entendimiento empresarial de la transparencia y la rendición de cuentas que tiene que ver con, pero no se agota en la responsabilidad social de las empresas.

Me parece interesante, provocativo y que pone sobre la mesa varios elementos que tenemos que considerar.

Moderador: Ángel Trinidad Zaldívar. Secretario Ejecutivo del Instituto Federal de Acceso a la Información Pública.

David rápidamente retoma con mucha profundidad algunos de los temas que nos hizo favor Fermín del

Valle de comentar, por ejemplo, la cuestión de que se puede ser transparente y al mismo tiempo no rendir cuentas.

Tengamos cuidado con esto e igualmente la importancia de la rendición de cuentas sobre la transparencia horizontal. Esta cuestión de pedir cuentas, pero al mismo tiempo rendir cuentas.

En el caso mexicano hemos tenido ejemplos importantes de empresas que han pedido información de algunos de sus competidores y esto ha incidido de alguna manera en los usuarios, en los consumidores, en los precios de los bienes y servicios.

No cabe duda que la transparencia, la información, la rendición de cuentas empresarial tiene altas implicaciones de contenido social, respecto del bienestar de la ciudadanía.

Tenemos algunos minutos para hacer algunas preguntas a nuestros ponentes.

Pregunta:

Soy el licenciado Julio Alfonso Meza Valenzuela, vengo del estado de Sonora y quiero felicitarlo contador por su exposición, Me tocó estar en días pasados en Mendoza, Argentina, escuché al Presidente Kirchner hablar precisamente de la transparencia, lamentablemente hay algo triste por allá en Argentina con el Presidente Menem, pero en fin, ya se está avanzando en este tema y bastante fuerte, tanto en la iniciativa privada, como hoy nos habla usted, como en el sector gobierno también y dentro de la misma sociedad civil en Argentina.

Tengo una pregunta para el doctor Juan Francisco. Son muy buenas sus observaciones en cuanto a ENRON y a la empresa Suiza, pero también aquí en México tenemos casos muy lamentables en la iniciativa privada: son aquellas empresas de FOBAPROA, aquellas empresas del famoso rescate carretero y que todavía se atreven a querer postular para que de nueva cuenta vuelvan a ser concesionarios de las carreteras, aquellas que fueron rescatadas.

Y un hecho muy lamentable aquí, en la Ciudad de México, que se le dio mucha difusión, lo del empresario Ahumada. Tenemos también nuestros prietitos en el arroz, que lamentablemente se han venido reproduciendo al interior del país, pero afortunadamente son más los empresarios que están comprometidos con sus empresas y con la sociedad civil.



Afortunadamente vamos avanzando en ello.

Por otra parte también comentarle y como pregunta: ¿Usted qué opina que las empresas que tengan relación con el Gobierno, llámense contratos, se les impida hacer aportaciones para las campañas políticas?

Porque la historia es no nada más en México sino en el mundo y usted lo acaba de mencionar con Enron, de que sus aportaciones eran bastante generosas para campañas políticas de aquellas empresas que normalmente están ligadas con aportaciones para campañas, son las que tarde que temprano nos resultan con quebrantos.

Francisco Ibarra Palafox:

Yo creo que en el caso de México el financiamiento público debe seguirse privilegiando para los partidos políticos.

No veo con buenos ojos el financiamiento privado. Desde luego se ha dado lamentablemente, tenemos el caso de las "Amigos de Fox", tenemos el caso de un tercio de la publicidad del Partido Acción Nacional, que no se reporta de dónde vienen esos recursos, probablemente vienen del sector privado que apoyó la campaña de Calderón.

Creo que esto debe limitarse, creo que deben privilegiarse los recursos públicos para los partidos políticos, pero creo que los partidos políticos deben rendir cuentas. Son entidades de interés público y no deben hacerse monopolios del poder que favorecen a un grupo al interior.

Creo yo que esta materia debe caminar por ese lado.

Pregunta:

Mi nombre es Alonso Huerta y mi pregunta es la siguiente:

Se escucha muy bien, muy bonito lo que se comenta, la parte de la responsabilidad social de las empresas. Pero más allá de eso, que en teoría se escucha bien, pero que a veces se aleja un poco de los objetivos que tienen las empresas, sobre todo de una perspectiva de una competencia empresarial.

¿Cuál es el incentivo económico que tienen las empresas para ser transparentes?

Porque muchas veces el hacerlo les puede implicar más que un beneficio económico un perjuicio, porque genera un gasto.

Juan José Fermín del Valle:

Necesariamente la respuesta tiene que venir a través de la experiencia, es empírico, es decir, las empresas que hoy ya están brindando más información, también están percibiendo un efecto respecto del comportamiento de los inversionistas en relación a ello.

Claro está, hay que buscar ese equilibrio entre la información que es posible brindar y que se debe brindar, y aquella información que por razones del propio

funcionamiento de la competencia de esa empresa en el marco en el cual se desenvuelve pudiera no ser conveniente hacerlo. Pero son más las oportunidades para que exista una mayor apertura, una mayor comunicación, que lo contrario.

Es decir, creo que este es un proceso que venía con mucha fuerza, que de alguna manera los escándalos a los que se han hecho referencia hoy lo detuvieron, e hicieron volver el foco sobre la información tradicional financiera, porque como decía ésta no es suficiente pero es imprescindible, y por lo tanto era necesario hacer todo lo que fuese conveniente para que esta información financiera fuera confiable.

Creo que ahora estamos nuevamente en una situación en la que va a cobrar fuerza esta necesidad que tienen la sociedad en su interrelación con las empresas de estar mejor informadas. Es decir, la información financiera no llega a dar una noción completa, y muchas veces hasta puede distorsionarla respecto de la capacidad de generación de valor que tiene una empresa hacia futuro. Por eso creo que esta tendencia va a recobrar fuerza en este momento.

Pregunta:

Mi nombre es Ramón Aceves.

La verdad es que este tipo de encuentros son bastante ilustrativos, pero al mismo tiempo en lo personal me genera un poco de angustia. He estado haciendo un seguimiento puntual desde el 2002 justamente a este proceso de construcción del instrumento que todavía no acaba de instalarse, fundamentalmente por lo que se ha comentado, el problema de la cultura, el problema del imaginario, del funcionario y de la misma sociedad para comprender para qué debe funcionar éste o para qué nos sirve esto.

Por ejemplo, ayer en la tarde justamente platicaba con Isaac Katz acerca de esta idea que las verdaderas empresas públicas son las que cotizan en la Bolsa. Yo le decía: En realidad las empresas públicas son las que las hacemos públicas. En el caso específico, por ejemplo, de las empresas estatales lo que llama la atención en esta idea de cómo nos comportamos la sociedad, el problema está en que ese comportamiento es muy sumiso. Nos hablan de PEMEX o CFE y de alguna manera impone, y pareciera ser que chocamos con un muro, en el cual no podemos hacer nada más porque a final de cuentas son los que definen las reglas en la relación respecto a la disposición de fuentes energéticas.

Pero si uno revisa, si uno se inquieta, si uno solicita información, si uno exige, uno encuentra que hay mecanismos para que esas empresas cambien la relación con la sociedad civil. Y entonces las hacemos públicas. Entonces el reto es: hay que hacer a las empresas públicas. Yo creo que este ejercicio nos lleva a eso.

Y en ese sentido hay otra preocupación que todavía no alcanzo a entender por dónde comenzar este asunto. Se hablaba del asunto de ENRON, tenemos un problema serio que debiéramos reflexionar justamente para tratar de ver por dónde empezamos, la Ley Televisa, por ejemplo.

La Ley Televisa nos refleja cómo grupos de empresarios con cierto poder inciden en determinados actores políticos que tienen capacidad, a su vez, de incidir de manera relevante en la toma de decisiones que implicó disponer una ley. Una ley que beneficiaba solamente a ese tipo de actores.

No es sólo el problema del empresario, es también el problema del funcionario, del representante que justamente por estar en una posición preponderante para tomar decisiones, toma una decisión que es contraria.

Y aquí el problema es: estoy de acuerdo con la Comisión de la Verdad para que, desde una perspectiva ética, revele la verdad. El asunto es dónde la comenzamos.

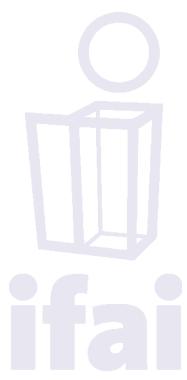
La primera impresión que tengo de eso es que tenemos que empezar desde la sociedad civil.

Quise plantear estas inquietudes porque mi principal preocupación es que yo no veo hoy día, con mucha claridad, qué grupos de empresarios reales asumen compromisos legítimos hacia una cultura que nos pudiera llevar a la empresa o la cultura empresarial ciudadana, o corporativa ciudadana.

El asunto es: ¿por dónde podemos comenzar?

David Gómez-Álvarez:

Una reacción a bote pronto de esta preocupación, que creo que la compartimos muchos mexicanos, que de paso me parece que se hila con la pregunta que hacía el compañero: de por dónde empezar y cómo hacer que esto pueda ser atractivo, me parece que un poco –a diferencia de Fermín, que plantea el tema centrado en el valor de la transparencia, que es fundamental, el cambio de cultura–, sigo creyendo que son las reglas del juego, las estructuras de incentivos y sanciones.



Si cambiáramos algunas reglas del juego fundamentales, este tema de la responsabilidad social de las empresas y la transparencia empresarial podría realmente volverse atractivo y sobre todo, masificarse.

Me parece que el punto no está tanto en preguntarnos si hay o no empresarios que estén haciendo empresas socialmente responsables. Creo que sí los hay y son ejemplos muy admirables y admirados.

Pero el punto es si realmente eso se puede socializar y extender lo suficiente, para que haya un cambio realmente en el país y en la forma de hacer empresa en México.

Eso, me parece, que solamente se puede dar dando un cambio de reglas y en ese sentido, cambiando algunas instituciones y puntos, para que esto sea conveniente y atractivo y así los empresarios le entren, aún cuando no tengan esa cultura.

Ceo que la cultura es una consecuencia del cambio de reglas e instituciones y no al revés, aunque sean procesos que interactúan y se van dando en el tiempo de manera paralela e interactuante.

Juan José Fermín del Valle:

Un pequeño comentario para aclararle a David que en realidad mi postura no es contraria a la suya. Simplemente trato de destacar que finalmente es importante que se produzca un cambio en los valores.

Claramente se necesitan las reglas, en buena medida para producir muchas veces ese cambio en las conductas. Creo que no se contraponen.