

Presentació

La transparència es refereix a la informació que subministren les empreses, els governs, els agents socials, i qualsevol altra organització pública o privada a les seves parts interessades o *stakeholders*. La transparència és imprescindible perquè les parts interessades puguin conèixer com funciona l'entitat corresponent i així poder prendre amb coneixement de causa les decisions corresponents. Al llarg dels últims anys s'ha vingut incrementant la demanda d'una millora de la transparència, cosa que ha generat un increment de la regulació sobre la matèria. Com a conseqüència d'això, les organitzacions fan cada vegada més esforços per millorar la quantitat i la qualitat de la informació que subministren. Això és així no només pels canvis normatius, sinó també per qüestions ètiques i fins i tot per la voluntat de millorar la imatge projectada.

La transparència no consisteix a comunicar només bones notícies sinó que es tracta de subministrar tota la informació rellevant sobre els aspectes econòmics, socials i mediambientals que afecten l'organització. Així, per exemple, hi ha empreses que es troben amb el problema que els negocis no van en la línia que esperaven. Això, lògicament, pot decebre els accionistes i qüestiona la feina que duen a terme els directius. En aquests casos, cal prendre decisions que afecten la transparència. En circumstàncies com l'esmentada, les estratègies a endegar són molt diverses. En primer lloc, hi ha empreses que opten per prendre decisions que a curt termini pot semblar que arreglen el problema però que són perjudicials a llarg termini. Per exemple, davant una reducció de les comandes es pot fomentar les vendes a clients que se sap que no pagaran però que permeten salvar la xifra de vendes de l'últim trimestre de l'any. Aquesta mesura pot amagar la situació durant uns mesos, però a la llarga es girarà contra l'empresa. El mateix passa si per salvar el resultat es deixa d'invertir en R+D o en la formació del personal, ja que a la llarga l'empresa perdrà competitivitat. Una segona alternativa és maquillar els comptes, ja sigui amb pràctiques legals que es

denominen comptabilitat creativa, o amb una comptabilitat fraudulenta. Un exemple de comptabilitat creativa seria canviar els criteris comptables de reconeixement de les despeses dins el marc legal. En canvi, un frau comptable seria, per exemple, deixar de comptabilitzar despeses o inflar les vendes. L'alternativa dels maquillatges tampoc no és una bona opció a llarg termini, ja que tard o d'hora s'acaba descobrint i encara es produeix una reacció més negativa dels inversors davant l'engany produït. Algú podria defensar que un maquillatge legal fet en un període curt de temps no deixa de ser una mentida piadosa que pretén no perjudicar l'empresa. Per exemple, si els bancs detecten que a una empresa se li estan deteriorant els resultats, segurament prendran la decisió de tallar el crèdit, la qual cosa pot complicar encara més les coses. Fins i tot en casos com aquest, el maquillatge no deixa de ser una mentida i, per tant, planteja un dilema ètic important.

Una tercera alternativa, podria ser reconèixer el problema i exposar-lo com més aviat millor a les parts interessades en l'empresa, com accionistes, treballadors o bancs. Sens dubte, una confessió com aquesta també pot ser letal si no es plantegen solucions. Per tant, el reconeixement dels problemes ha d'anar acompanyat d'un pla de mesures creïble per redreçar la situació. Si es tracta d'una caiguda de vendes cal fer un pla de màrqueting fiable que demostrí que l'empresa pot recuperar la xifra de vendes, ja sigui amb canvis en la política de producte, de preu o del que sigui més oportú. Si el problema és un excés de despeses es requereixen mesures de control per millorar l'eficiència. De les diferents alternatives plantejades, diversos estudis demostren que dir la veritat acompanyant-la d'un pla creïble, és la que és més rendible per a tots a llarg termini.

En el mateix sentit, hi ha moltes recerques que demostren que la millora de la transparència té un impacte positiu en la competitivitat dels països i de les organitzacions.

En aquesta monografia, s'inclouen en primer lloc diverses notes tècniques que permeten conèixer de forma pràctica i divulgativa els conceptes fonamentals de la transparència, així com els seus reptes i implicacions. Es tracten també temes relacionats amb l'informe del govern corporatiu, els escàndols comptables i la transparència en el sector públic. A continuació, s'exposen diversos treballs de recerca sobre la transparència, el resultat global i els maquillatges comptables, la informació mediambiental. Finalment, a la tercera part s'inclouen diversos casos pràctics sobre empreses reals (Bankia, Pescanova, OHL i Rio Tinto) amb la finalitat de poder comprendre millor la dimensió pràctica de la transparència.