

Opinión

El próximo 1 de enero, la Unión Europea estrena algo más que la cuarta presidencia semestral ejercida por España. Estrena el funcionamiento de una nueva estructura institucional que pretende consolidar el peso político de la Unión a nivel mundial, y entra en el kilómetro cero de lo que debe ser un nuevo plan de reformas para competir con las primeras economías del mundo, que tiene que correr paralelo a la construcción de la Unión de las próximas décadas, y cuyo diseño intelectual ha sido encargado a un grupo de trabajo que preside el ex presidente español Felipe González.

El momento no es el mejor del mundo para tomar las riendas de un tinglado político y económico como la Unión Europea. Pero el calendario es así de tozudo, y la crisis económica y financiera no sólo no ha concluido, sino que sigue absorbiendo buena parte de los esfuerzos de los Gobiernos europeos. Por tanto, la presidencia europea, en cuya buena gestión todos los países ponen un especial celo, es una excelente oportunidad para poner en marcha las habilidades políticas del presidente del Gobierno en una materia en la que, desde González, España ha aportado poco liderazgo. Además, Zapatero tendrá así también la oportunidad de recomponer la política diplomática de su administración, con evidentes lagunas en los frentes económicos.

Los ensayos aplicados en España en materia de política económica no serán, en este caso, replicables, puesto que es seguramente el país con el desempeño más pobre desde que se inició la crisis, tanto desde el punto de vista del crecimiento como del empleo, y donde los intentos por cerrar

Arranca el futuro en la Unión Europea

acuerdos sociales que impulsasen el crecimiento han quedado varados. No obstante, podría darse el caso de que en el primer semestre de 2010 fraguasen pactos de contención salarial, junto con modificaciones normativas para frenar el deterioro de las variables sociales de la economía.

Además de procurar una entrada eficiente del nuevo modelo de funcionamiento institucional de la Unión Europea, la presidencia española debería resolver de una vez la crisis financiera que paraliza la concesión fluida de crédito. Para ello, deben aflorar todos los activos dañados de los bancos en todos los países miembros de la Unión, recapitalizar las entidades para que respondan a la demanda de empréstitos empresariales y domésticos, y establecer un mecanismo de supervisión uniforme que evite nuevos episodios críticos en la zona euro. En este caso, tras el bloqueo británico, España, utilizando los diseños realizados por el Consejo de Ministros de Economía, debe seguir impulsando las virtudes que el modelo español aplicado por el Banco de España ha proporcionado, puesto que los niveles de resistencia mostrados por la banca española en la crisis parecen los más altos.

Pero donde los esfuerzos deben concentrarse y donde no está permitido el fracaso de los dirigentes comunitarios es en el diseño de una nueva agenda de reformas económicas y sociales para situar a la economía en los niveles de competitividad de los que disfrutaban los más directos competidores industriales, fundamentalmente Estados Unidos y Japón, sin perder de vista el papel que juegan los países emergentes asiáticos y latinoamericanos en el próximo decenio. La Agenda de Lisboa estaba bien diseñada, pero ha estado pobremente ejecutada, y la mala fortuna de la mayor crisis económica de las últimas décadas ha terminado con sus aspiraciones de forma definitiva.

Por tanto, más allá de la equiparación de derechos en la que pretende concentrarse la presidencia española, hay que marcar un nuevo itinerario de reformas para acelerar el crecimiento de una Unión Europea ampliada, sin perder de vista la necesidad de equiparación lenta de los niveles de renta entre la ciudadanía de los países miembros, con el único objetivo de no perder posiciones en el terreno de juego de la economía global. Lograrlo sin cercenar las virtudes de un modelo de protección social como el que siempre ha distinguido a Europa es el objetivo. Pero sin más crecimiento económico, sin un salto cuantitativo y cualitativo en equipamiento tecnológico y sin un paso al frente en materia formativa, no hay ninguna posibilidad de competir con las primeras economías del mundo, ni empleo estable para todos los europeos, ni Estado de bienestar con las dimensiones actuales que se soporte.

AECA ANALIZA LA TRANSPARENCIA EMPRESARIAL

Balance de la web 2.0



ENRIQUE BONSON
PRESIDENTE DE LA COMISIÓN
DE NUEVAS TECNOLOGÍAS Y
CONTABILIDAD DE AECA Y CATEDRÁTICO
DE LA UNIVERSIDAD DE HUELVA

Desde su utilización generalizada a partir de la segunda mitad de los noventa, internet ha constituido un medio ideal para la difusión masiva de información corporativa. Ya en 2002, la Asociación Española de Contabilidad y Administración de Empresas (AECA) publicaba su Código de Buenas Prácticas para la Divulgación de Información Financiera en Internet en un primer intento de establecer pautas de comportamiento apropiadas en lo que hasta la fecha constituía una práctica voluntaria de algunas empresas. Posteriormente, la Ley 26/2003 introdujo importantes medidas de fomento de la transparencia, como el informe de Gobierno Corporativo y la obligatoriedad de disponer de una página web corporativa con un contenido informativo mínimo. Por último, la Circular 1/2004 de la Comisión Nacional del Mercado de Valores estableció los modelos para dicho informe, y los aspectos legales y técnicos del contenido mínimo de la web corporativa. Desde entonces todas las empresas españolas cotizadas publican su información corporativa en su sitio web y AECA, con su premio a la Empresa Española con

Mejor Información Financiera en Internet, que en 2009 alcanzó su octava edición, reconoce anualmente el esfuerzo desarrollado en este sentido.

Después de ocho años de fomento de buenas prácticas y seis de regulación de la información corporativa digital, la pregunta que nos formulamos es la siguiente: ¿podría la tecnología, en su estado actual, ayudarnos a alcanzar mayores niveles de transparencia corporativa?

Para dar respuesta a esta pregunta tenemos que adentrarnos en la web social o web 2.0, término acuñado por Tim O'Reilly, que se refiere a una segunda generación web basada en comunidades de usuarios, cuyo uso está orientado a la interacción, la colaboración y el intercambio de información entre sus miembros, es decir, hacia una web plenamente participativa. Esta participación se refiere no sólo a los seres humanos sino también a las aplicaciones de software que son capaces de comunicarse entre sí mediante las denominadas API (*Application Programming Interfaces*). La participación se organiza en torno al denominado software social o *social media* entre cuyas aplicaciones más conocidas se encuentran las

siguientes: blogs, comunidades online, lectores de noticias (Netvibes, Google Reader), marcadores sociales (Delicious, Digg), *microblogging* (Twitter), redes sociales (Facebook, LinkedIn, MySpace) o sitios para compartir documentos (Docstoc, Slideshare), fotos (Flickr) o vídeos (Youtube). Con estos servicios, los usuarios pueden publicar, compartir y comentar textos, imágenes, vídeos, documentos, etc., de manera instantánea y sin conocimientos técnicos. Adicionalmente, la web 2.0 ofrece una serie de innovaciones tecnológicas que permiten compartir información entre aplicaciones y la incrustación (*Embedding*), redistribución (*Share this*) o sindicación (*Atom, RSS*) de contenidos.

Todas estas herramientas de la web 2.0 van a generar nuevos canales de comunicación corporativa que, al estar abiertos a la participación de los diversos grupos de interés, dejarían de ser unidireccionales y contribuirían a alcanzar mayores niveles de transparencia informativa. En estos canales, los ejecutivos de la compañía podrían dar su opinión sobre los temas que considerasen relevantes, en consonancia con sus líneas estratégicas, tales como la sostenibilidad me-

dioambiental, la responsabilidad social, la transparencia en el gobierno corporativo, la innovación, etc., y los usuarios de los mismos podrían hacer sus apreciaciones y expresar sus comentarios sobre los temas abiertos. Además, los departamentos de Comunicación de las empresas deberían tener en cuenta la posibilidad de que sus *stakeholders* puedan estar conversando colectivamente en la red no sólo sobre sus productos y servicios sino también acerca de la credibilidad de sus políticas de acción social o medioambientales publicadas en sus informes de Responsabilidad Social Corporativa, por lo que a sus funciones habituales deberían añadir las de identificar los foros (*blogs*, redes, grupos de discusión) en los que se discuta sobre la empresa y participar en tales discusiones o aportar información adicional. Por último, la habilitación de funcionalidades de incrustación, redistribución y sindicación de contenidos en la página web corporativa también contribuiría a una mayor y más inmediata expansión de la información a través de las distintas redes a las que pertenezcan los usuarios al simplificarles absolutamente la tarea.

Las empresas deberían tener en cuenta la posibilidad de que sus accionistas puedan conversar en la red"

CincoDías

Director Jorge Rivera

Subdirectores José Antonio Vega y Juan José Morodo

Redactores Jefe Fernando Sanz (Especiales), Ángeles Gonzalo (Finanzas), Rafaela Perea (Diseño), Nuño Rodrigo (Mercados-5D)

Secciones Cecilia Castelló y Ana Perona (Empresas), Carmen Monforte (Energía), Antonio Ruiz del Árbol (Telecomunicaciones), Marimar Jiménez (Cinco Red), Arantxa Corella (Buen Gobierno), Bernardo Díaz (Economía), Natalia Sanmartín (Vida Profesional), Juan Ferrari (Opinión), Miguel Rodríguez (Mercados-5D), Federico Castaño (Política), Paz Álvarez (Empleo y Directivos), Kirru Artea (País Vasco) y Óscar Laguarda (Infografía)

Corresponsales Ana B. Nieto (Nueva York) y Bernardo de Miguel (Bruselas)

Director CincoDías.com Jorge Chamizo. Jefe de sección Alfredo García

Gerente María Frías

Adjunta a Gerencia Marta Moldes

Operaciones José Luis Gómez

Producción Ángel Martín Distribución Mónica Roldán Marketing Eduardo Díaz

Suscripciones Alberto Alcantarilla Sistemas Javier Álvarez

Depósito legal: M-7803-1978. Difusión controlada

Edita Estructura, Grupo de Estudios Económicos, S.A. Miguel Yuste, 42, 28037 Madrid. Teléfono 915 386 100.