



MAX GOSCH ECONOMISTA Y SOCIO DIRECTOR DE UHY FAY&CO

Experto auditor, asegura que la Responsabilidad Social Corporativa no puede ser entendida por pymes y grandes empresas como una operación cosmética de imagen sino como una necesidad ante la demanda de los consumidores. La sostenibilidad y devolver a la sociedad parte de los beneficios es algo que ya miden las bolsas internacionales. No hay vuelta atrás, asegura este especialista, que presentó hace un par de semanas en Cepyyme Aragón su 'Guía del buen gobierno para medianas y pequeñas empresas'

En primera persona



El abogado y economista Max Gosch estuvo en Zaragoza recientemente participando en unas jornadas en Cepyyme Aragón. G. MESTRE

«Un problema reputacional cierra una empresa en 24 horas»

¿La Responsabilidad Social Corporativa (RSC) sigue siendo la gran asignatura pendiente para muchas empresas en España?

Vemos que ya no estamos predicando en el desierto, que la divulgación de la RSC va creciendo y que cada vez más empresarios, organizaciones e incluso poderes públicos son más receptivos. Cuando empezamos hace cuatro años a hablar de Responsabilidad Social Corporativa la gente en las empresas nos miraba como si fuéramos alternativos, pero ahora es diferente. Cada vez se reclama más la RSC.

¿Qué piensa de los premios RSC en Aragón?

Me parece muy interesante primero que la RSC esté dentro de los objetivos de Gobierno aragonés y que diferencie las empresas que son responsables socialmente y las que no porque eso es lo que da la ventaja competitiva. Creo que debería de hacerse en todas las comunidades y a nivel estatal, es decir, digan ustedes cuáles son las condiciones para que una compañía sea socialmente responsable. Sería un acicate y daría mayor credibilidad.

¿Debería haber una norma estatal de RSC?

Sí, haría falta una norma estatal que afectase a todas las empresas. Hay una para las gran-

« La RSC busca que de verdad se vuelva a unas empresas con valores »

EL PERFIL

Licenciado en Derecho y Ciencias Empresariales y máster en Sistemas de gestión de calidad, ha sido coordinador de la Comisión de Responsabilidad Social Corporativa e Informes Integrados del Registro de Economistas Auditores. Elegido Auditor del Año 2015, tiene más de 30 años de experiencia en auditoría y consultoría. Es socio fundador y director general de UHY Fay & Co Madrid. Recientemente ha escrito el libro 'El desafío de la sostenibilidad'.

des, las del Ibex, pero no representan el verdadero tejido empresarial español, que más bien es el de pymes y autónomos.

¿Hay algún baremo europeo para medirla?

Todas las grandes bolsas internacionales tienen índices de sostenibilidad y ningún fondo soberano internacional invierte en empresas que no son sostenibles. Existen indicadores para cada sector y cada industria porque en RSC lo que no se mide, no existe. Su empresa dice que tiene un plan de igualdad, pues cuéntenme cuántos hombres y mujeres hay en su plantilla y cómo se reparte el consejo de administración. Así, podremos ver si cumple o no. Una empresa no puedes decirles a sus empleados que cumplan normas de conducta y no seguirlas a nivel de consejo de administración. Es ahí donde han de estar los valores.

¿Sería partidario de sancionar a las empresas que no cumplen en materia de RSC?

Sí, sin dudar. Los mercados ya lo hacen. Actualmente se impone el consumo responsable y la gente tiene muchísima información. Piense usted que un problema reputacional cierra una empresa en 24 horas, o que 10.000 jóvenes con un teléfono móvil pueden cerrar

un restaurante en un fin de semana. Eso nunca había pasado porque la información fluye a la velocidad de la luz y llega a todos los rincones del mundo en tiempo real. Por tanto, la reputación no era un valor antes o no lo era de una manera tan sensible como ahora.

A las empresas no les queda otra que apostar por la RSC, ¿no?

Sí. Además no cuesta dinero. La inversión es en valores, fundamentalmente. Sin embargo, el cambio es difícil por inercia: las estructuras son antiguas, a veces interesa sobre todo maximizar el beneficio o simplemente da miedo lo nuevo. No obstante, hay que decir que muchas empresas ya están cumpliendo y si estamos en Cepyyme Aragón es porque la pyme española se ha internacionalizado y ha hecho un soberbio esfuerzo de modernización.

¿La crisis ha retrasado la implantación de la RSC en España?

Yo le diría que no. Nos ha hecho un favor porque la cultura del pelotazo que estaba recientemente instaurada en determinados sectores ha desaparecido. Muchos de aquellos que tardaron tres días en hacerse ricos tardaron tres horas en perderlo todo. Hay un nuevo modelo: la crisis ha sido como una criba.

¿Hasta que punto la 'guía del buen gobierno para empresas pequeñas y medianas' que han elaborado es una herramienta útil?

Nosotros establecemos medidas básicas para el buen gobierno, pero sin convicción y sin compromiso no tiene sentido hacerlo, es decir, nada de soluciones cosméticas sino que de verdad se ha de volver a unas empresas con valores, que hay muchas que los tienen pero no los publican. Deben hacer ese ejercicio de transparencia, pero son muy pudorosas para contar lo bueno y lo malo. Se ha de favorecer que las empresas salgan y cuenten sus logros sociales y medioambientales porque los consumidores quieren y deben saber lo que compran.

Si hubiera que ponerles una nota en RSC ¿aprobaría a la mayoría de empresas?

Les pondría un 8 en RSC y un 0 en comunicación y máquetin. ¡Salid y contadlo!

¿Nos llevan mucha ventaja a España en RSC?

Sobre todo los países escandinavos y del norte de Europa. Siempre han tenido una comunicación muy fluida con grupos de interés, clientes, proveedores, colectivos sociales, gobiernos, etc. Y sin embargo, en España, por la propia idiosincrasia mediterránea somos más individualistas. Vamos a hacer lo nuestro y no contarlos, pero eso está cambiando.

¿No debería cambiar también la toma de decisiones dentro de las empresas?

La comunicación ha de favorecer el intercambio de ideas a nivel transversal dentro de las empresas. La transparencia interna favorece la motivación y hace que todos puedan remar en la misma dirección. El directivo medio español no es como el de hace 30 años. Son muy conscientes de que no puede haber decisiones tomadas unilateralmente sino que las empresas son órganos donde se toman decisiones colegiadas en función de cierto asesoramiento. La visión del empresario de que 'esto lo hago y lo decido yo es una estrategia del siglo XIX' porque necesita equipos pluridisciplinarios y mucha comunicación interna.

M. LLORENTE