



Informe Reporta 2010

Estudio de la calidad de la
información pública de las empresas
del Índice General de la Bolsa de Madrid

Madrid, 30 de noviembre de 2010

Índice

Comunicación y reputación	1
El informe anual, obligación legal o herramienta de comunicación	
Un nuevo entorno de negocio	
El <i>reporting</i> de las empresas cotizadas en España	
Concepto y metodología	7
Origen del proyecto	
Definición	
Alcance	
Metodología	
Calidad de la información	15
Calidad media	
Composición de los grupos	
Contribución de los principios de valoración	
Valoración por sectores	
Resultados de los principios de valoración	25
Principio de Transparencia	
• Transparencia financiera	
• Responsabilidad Corporativa	
Principio de Adecuación	
Principio de Accesibilidad	
Anexos	41
I. Calificación global	
II. Orden alfabético	
III. Ibex 35	
IV. Principio de Transparencia	
V. Principio de Adecuación	
VI. Principio de Accesibilidad	

Comunicación y reputación

El informe anual: obligación legal o herramienta de comunicación

La rendición de cuentas ante los accionistas en un formato establecido por la ley constituye una de las primeras obligaciones de todas las empresas cotizadas. La memoria o informe anual es el conjunto de cuentas e informaciones complementarias a través de las cuales se transmite, en palabras del Código de Comercio, “la imagen fiel” de la compañía.

Hay compañías que consideran la publicación del informe anual como un simple trámite legal, lo que, unido a las fechas habituales de publicación, posteriores a la comunicación de resultados anuales al mercado, hace que no dediquen mucha atención a su elaboración. Otras, por el contrario, se preocupan de que la información sea completa y llegue a sus audiencias objetivo. Se trata de una elección voluntaria e individual de cada compañía que no afecta a su comportamiento económico o financiero pero que puede influir en la percepción del mercado y por tanto en su cotización.

La obligación legal de reportar reconoce el derecho de información a los accionistas de la empresa, como propietarios de la empresa y por tanto con interés legítimo en conocer su marcha y estar en posición de tomar decisiones sobre su inversión. El carácter público de la información facilita el acceso a inversores y accionistas potenciales.

Los usos y costumbres han convertido al informe anual en una potente herramienta de comunicación dirigida a todas las audiencias y grupos de interés (*stakeholders*) que se interrelacionan con la compañía, a través de la cual, las compañías, además de rendir cuentas como exige la ley, pueden transmitir su imagen de marca y los mensajes, ideas y principios sobre los que sustentan su reputación. De esta forma, el tradicional derecho

a la información de los accionistas se amplía implícitamente a otros grupos que, a su vez, se consideran legitimados para requerir a la compañía información sobre temas que les afectan directa o indirectamente.

Como consecuencia, muchas empresas, grandes y pequeñas, invierten recursos materiales y humanos en que la información, en papel o en internet, llegue a sus diversos destinatarios y facilite la toma de decisiones de los inversores y grupos de interés a los que se dirige.

Estas empresas construyen un sistema de *reporting*, es decir, un conjunto de publicaciones e informes obligatorios o voluntarios, que incorpora de forma voluntaria información adicional relativa a sus actividades y líneas de negocio más allá de la información puramente financiera, así como sus actuaciones en materia de responsabilidad corporativa y sostenibilidad. La información no estrictamente financiera, que cubre los temas relacionados con el medioambiente, la relación con la sociedad y el gobierno corporativo es lo que se ha dado en llamar información ASG (ambiental, social y gobernanza)

El *reporting* anual deber ser el corazón y eje de la información financiera y corporativa de las empresas, el núcleo del que salen presentaciones a analistas e inversores, documentos corporativos para otros *stakeholders* y audiencias y el hilo conductor sobre el que se construye el relato de la empresa.

Un nuevo entorno de negocio

El nuevo entorno de negocio se caracteriza, entre otras cosas, por su globalidad y por la facilidad de acceso a la información. Se multiplican los colectivos y los individuos que tienen un interés legítimo en, como mínimo, conocer las empresas con las que se relacionan.

Las empresas compiten por inversores, clientes, empleados, proveedores, socios y cualquier otro grupo de interés afectado por sus actividades y buscan con su

comportamiento la aceptación y la confianza de los miembros de la sociedad en la que trabajan, mediante el cumplimiento de sus expectativas y el desarrollo de relaciones de interés mutuo. La reputación es un elemento clave para competir con éxito en el mercado. La buena reputación representa una indudable ventaja competitiva y contribuye a la creación de valor de la empresa.

La comunicación corporativa es el principal vehículo de la relación de la empresa con sus accionistas y con los grupos de interés y colectivos afectados por sus actividades. Se trata de un elemento clave en la construcción, reforzamiento y protección de la reputación corporativa: las empresas más modernas y eficientes gestionan su reputación a través de su relación con sus grupos de interés. En la situación actual de crisis de confianza, la calidad de la comunicación y, como consecuencia, de la relación con los distintos públicos, es todavía más importante.

Para las empresas cotizadas ya no es suficiente facilitar a los accionistas, su grupo de interés prioritario, la información financiera que se considere suficiente para dar una imagen fiel de la marcha de la empresa, que permita tomar decisiones de inversión o desinversión y valorar la calidad de la gestión. Ahora, el interés por el mundo de los negocios es muy diverso, tanto en cuanto a puntos de vista como en cuanto a temas. Se cuestiona desde el papel que deben jugar las empresas en la sociedad hasta la manera en que gestionan su negocio o su impacto social y ambiental.

Evolución del reporting

A lo largo de los últimos 25 años el sistema de reporting se ha convertido en un instrumento para ganar ventaja competitiva y la transparencia es valor en alza frente al inicial oscurantismo protector.

Fruto de esta evolución, el concepto de *accountability*, o rendición responsable de cuentas, de las empresas ante sus grupos de interés, es cada vez más valorado en el mercado. La calidad de la información pública, financiera y ASG, es percibida como un indicador de buena de gestión y de fiabilidad.

Hasta llegar aquí podemos distinguir varias etapas en la relación de las empresas con aquellos grupos o personas con un interés legítimo en sus actividades.

Primera etapa: Regulación

Empresa apartada de la sociedad, un único grupo de interés, los accionistas, pasivo, receptor de la información financiera que los gestores y propietarios mayoritarios decidan dar. Información regulada, que se inscribe en registros públicos, pero que no se facilita de manera proactiva. El Informe Anual se circunscribe a estos temas financieros regulados.

Segunda etapa: Voluntariedad

El Informe Anual empieza a incluir información voluntaria referente a temas financieros y no financieros en respuesta a las nuevas inquietudes del entorno, pero sobre todo a la competencia por recursos en los mercados o a la necesidad de diferenciarse de competidores. Así se incorpora información sobre operaciones, recursos humanos, tecnología o medio ambiente, según las características de cada empresa. Los destinatarios siguen siendo los accionistas e inversores. A principios de los años 90 aparecen los primeros informes y recomendaciones sobre gobierno corporativo (Cadbury Report, 1992), que añaden este tema al contenido de los mejores informes anuales.

Tercera etapa: Globalización

La globalización facilita la intervención de grupos sociales en distintos aspectos de la vida política y económica que estaban reservados a los especialistas. Así, las empresas encuentran que su gestión se ve cuestionada desde puntos de vista nuevos y el concepto de accountability se amplía para acoger estos nuevos temas y nuevos interlocutores. Aparecen ideas nuevas como responsabilidad social y desarrollo sostenible (Informe Brundtland, 1987) y las empresas se ven abocadas a ampliar la parte voluntaria de su información. Las empresas son parte de la sociedad y actores necesarios para el desarrollo sostenible. Se amplía el reporting para acoger informes de sostenibilidad, aparecen guías y recomendaciones para su elaboración y se empiezan a exigir verificaciones externas.

Cuarta etapa: Integración

El informe anual integrará de manera natural todos los temas relevantes para el desarrollo de su empresa y para sus grupos de interés, temas económico-financieros y operativos, éticos y de gobierno corporativo, medioambientales y sociales. La participación de los grupos de interés en la gestión empresarial y, como consecuencia, en la información corporativa, será un factor habitual, del que se empieza a ver antecedentes.

El reporting de las empresas cotizadas en España

La bolsa española debe seguir las pautas de calidad y exigencia que marcan los mercados internacionales. Las fronteras se borran y los mercados también compiten. La bolsa española tiene menos tradición, tamaño y profundidad. Reúne empresas de sectores, tamaño (capitalización y facturación), accionariado y alcance geográfico muy diverso. En el mismo índice bursátil, sea el IGBM o el IBEX 35, conviven empresas líderes internacionales en sectores punteros con otras de mucho menor tamaño y ámbito nacional.

Esta situación da lugar a grandes diferencias en la necesidad o exigencia de reportar como empresa cotizada, no tanto por la parte reglada (obligatoria o recomendada) como por la parte voluntaria de la información.

Un factor que no hay que olvidar es la elección de las empresas. Cada empresa decide qué información es la que le conviene dar, la que responde a sus características y a su identidad, la que considera suficiente para transmitir la imagen fiel de su actividad, su situación y perspectivas.

La información que las sociedades cotizadas ponen a disposición de sus grupos de interés tiene cuatro rasgos comunes:

- La heterogeneidad en la forma, calidad, contenido y extensión de la información que facilitan las sociedades cotizadas.
- La diversidad de destinatarios y usuarios de la información.

Informe Reporta 2010

- La relevancia que posee esta información para la correcta percepción de las empresas por sus públicos objetivo, es decir, para su reputación.
- La creciente importancia de los elementos no financieros o ASG, a la que hasta ahora no se había prestado la misma atención que a la información financiera, obligatoria y regulada.

Teniendo en cuenta estos factores y partiendo de la premisa de que la información corporativa es una herramienta empresarial prioritaria en la relación con los grupos de interés, en la gestión de la reputación corporativa y en la creación de ventaja competitiva, las empresas deben conocer con exactitud su posicionamiento en relación con las buenas prácticas y el conjunto del mercado.

Concepto y Metodología

Origen del proyecto

Deva es una agencia de comunicación financiera, una de cuyas áreas de especialización es el asesoramiento y realización de informes anuales para sus clientes. Su objetivo es mejorar el rendimiento de su información corporativa, de modo que muestre el valor de la compañía, el valor para los inversores y para los grupos de interés con los que se relaciona.

Deva está convencida de que la información pública anual de las empresas es una herramienta fundamental para la gestión de su reputación y su posicionamiento en el mercado. Además, en el desarrollo diario de su trabajo, ha podido comprobar que, en general, la calidad de la información de las empresas cotizadas en España no responde a la que debería esperarse de un mercado que aspira a competir en un entorno global.

En respuesta a esta doble consideración, Deva ha liderado un proyecto de diagnóstico y mejora de la calidad del reporting de las empresas cotizadas: el Informe Reporta.

Definición

Informe Reporta es un estudio de la calidad de la información que facilitan al mercado las empresas que componen el Índice General de la Bolsa de Madrid (IGBM). El panel de expertos que elabora Informe Reporta, toma como referencia las mejores prácticas y directrices en materia de *reporting* y aplica unos criterios de valoración que son relevantes para los usuarios de la información.

Informe Reporta 2010

Informe Reporta no es ni puede ser un ranking de empresas, porque cada empresa tiene su umbral de calidad de *reporting* propio, según sus características y su elección estratégica. Tampoco valora el comportamiento financiero o ASG de la empresa ni la veracidad de la información.

Informe Reporta es un proyecto a largo plazo que aspira a ayudar a que las empresas que quieren lograr un mejor nivel de reporting lo consigan porque las buenas prácticas no están reservadas a una minoría y porque una empresa no debe dejar pasar ninguna oportunidad de diferenciación frente a sus competidores. La mejora de la calidad del *reporting* facilitará a las empresas la transmisión de su identidad, su manera de hacer y su lugar en la sociedad y repercutirá favorablemente en su reputación.

Alcance

Informe Reporta mide la calidad de la información financiera y no financiera (ASG), obligatoria y voluntaria y en cualquier soporte que las empresas que componían el IGBM en junio de 2010, pusieron a disposición del público en el momento de celebración de la Junta General Ordinaria de Accionistas:

- a) Documentación legal
 - Cuentas Anuales e Informe de Gestión
 - Informe de Auditoría
 - Informe Anual de Gobierno Corporativo
 - Informe sobre el contenido adicional del Informe de Gestión (art. 116 bis LMV)
 - Declaración de responsabilidad de contenido del Informe Financiero Anual
 - Informe sobre la política de retribuciones de los Consejeros (recomendación)
 - Memoria de actividades de la Comisión de Auditoría y Control
- b) Documentación voluntaria
 - Informe de Actividades
 - Informe de Responsabilidad Corporativa

A efectos de análisis, las empresas se han agrupado en 10 sectores, siguiendo la clasificación sectorial del IGBM y desagregando los subsectores de Construcción,

Inmobiliario, Alimentación y Productos Farmacéuticos a efectos de conseguir grupos lo más homogéneos posible dentro de la diversidad que caracteriza el IGBM.

Metodología

La metodología de Informe Reporta tiene dos ejes principales:

1. La creación de un instrumento de medición basado en criterios e indicadores contrastados con los usuarios de información, lo que garantiza la relevancia de los criterios y la fiabilidad de las puntuaciones obtenidas
2. El apoyo de un panel de expertos en la creación del instrumento de medida y en la valoración de las puntuaciones, lo que garantiza la independencia y objetividad de la evaluación.

Panel de expertos

El panel de expertos, coordinado por Marisol García-Bango, Directora de Deva, está formado un grupo de especialistas en comunicación corporativa, finanzas, responsabilidad corporativa e investigación social:

- **Marisol García-Bango**, responsable de reputación y responsabilidad corporativa en Deva, con anterioridad estuvo a cargo de estas materias en Repsol.
- **Fernando Fernández de Santaella**, Director en Noraction, filial del grupo Norgestion, dedicada a la compra, gestión y reestructuración de empresas en crisis. Con más de 20 años de experiencia en banca de inversión, antes de incorporarse a Noraction fue Director General Adjunto de Rabobank en España.
- **Ximena Sapaj**, socia directora de IC&C Investigación y Consultoría, con más de 20 años de experiencia en investigación social y de mercados.
- **Raúl Pozo**, periodista, experto en temas financieros, adjunto al director del diario Negocio
- **Aurora Pimentel**, experta y profesor universitario de responsabilidad corporativa, fundadora de Ágora Gestión, consultora de empresas y entidades del tercer sector.

El panel de expertos estaba apoyado por un equipo de analistas y ejecutivos de cuentas de Deva formado por Ana López Paniagua (Secretaria Técnica del proyecto), Miguel

Gutiérrez, Sheila Sánchez y Diana Esteban, con la colaboración de Alberto Rubio, sociólogo y especialista en análisis estadístico.

Diseño del instrumento de medición

Identificación de principios e indicadores

Para el diseño del instrumento de medición se ha seguido un proceso de investigación y contraste que perseguía establecer de forma objetiva unos principios e indicadores de buenas prácticas que reflejaran en su composición y peso específico en la escala de medición las preocupaciones de los usuarios finales de la información, profesionales del mercado – analistas financieros e inversores – y medios de comunicación y agentes del tercer sector en cuanto intermediarios entre las empresas y sus audiencias más amplias como son inversores individuales, empleados, clientes y otros de grupos de interés.

Como primer paso se analizaron las que son consideradas como buenas prácticas de empresas tomando como referencia principal las directrices y recomendaciones de The Global Reporting Initiative (GRI), y los criterios de Dow Jones Sustainability Index (DJSI), FTSE4Good, AccountAbility y The Global Compact. Como resultado del análisis se identificaron tres principios clave – Transparencia, Adecuación y Accesibilidad – y una serie de indicadores para su medición.

Estudio de investigación

Los resultados de este primer análisis se contrastaron con el mercado mediante un estudio de investigación cualitativa con tres objetivos:

- Conocer la opinión de los usuarios de la información sobre cuáles son los atributos que definen la calidad de la información
- Determinar su grado de comprensión de los tres principios (Transparencia, Adecuación y Accesibilidad) propuestos por el panel para valorar la calidad de la información
- Valorar la relevancia de estos tres principios y de los indicadores para darles un peso específico en el instrumento de medición

Para ello se realizaron una serie de entrevistas personales con cuestionarios abiertos siguiendo el guión temático previo establecido por el Panel de Expertos. Las entrevistas tenían una duración de aproximadamente una hora y en ellas se pedía la opinión, acuerdo o desacuerdo y las razones en que apoyaban sus opiniones. Las entrevistas y la calidad de los entrevistados nos permitieron confirmar la validez de los principios de valoración, seleccionar los indicadores adecuados para su medición y, consecuentemente, diseñar una primera versión del instrumento de medición.

Esta primera versión del instrumento de medición se sometió a un segundo test cualitativo de relevancia cuyo objetivo era cuantificar la relevancia de los principios e indicadores y completar su caracterización. Para ello se realizaron nuevas entrevistas de características similares a las de la primera ronda en las que se buscaba establecer la importancia relativa de cada principio y el peso específico que deberían tener en la escala de medición.

Instrumento de medición

Los resultados del test fueron analizados nuevamente por Deva y el panel de expertos para llegar a una versión consensuada que incorporara las opiniones de los entrevistados, como punto de vista del mercado. Se analizaron todos los indicadores, se seleccionaron los más adecuados para medir los tres principios (Transparencia, Adecuación y Accesibilidad) y se asignó a cada uno un peso específico en el instrumento de medición.

El resultado final del proceso es una herramienta de medición muy completa que refleja las buenas prácticas de las empresas, las recomendaciones y criterios de fuentes autorizadas y que tiene en cuenta las preocupaciones de los usuarios de la información.

Ficha técnica del instrumento de medición

El instrumento de medición mide la calidad de la información de las empresas en base a tres principios y 31 indicadores:

1. **Transparencia – 70 puntos:** La información financiera y ASG permite conocer la realidad de la empresa: comportamiento pasado, estrategia y perspectivas de futuro. El principio Transparencia se aplica a dos bloques de indicadores
 - Información reglada: incluye información general sobre las actividades de la compañía, información financiera e información de gobierno corporativo. Se miden 12 indicadores
 - Responsabilidad corporativa, se refiere a información sobre la política y actuaciones de la compañía en el ámbito de la responsabilidad corporativa. Se miden 10 indicadores
2. **Adecuación – 15 puntos:** Los temas sobre los que se informa son relevantes tanto para la empresa como para los públicos con los que se relaciona. Se miden 3 indicadores
3. **Accesibilidad – 15 puntos:** La información que se pone a disposición de los públicos es clara, fácil de entender y asequible y utiliza las tecnologías y soportes disponibles. Se miden 6 indicadores

Los indicadores se puntúan según una escala de medición pre-establecida y ajustada a las peculiaridades propias de cada indicador que va desde 0 (información inexistente) a 4 (información exhaustiva). Cada indicador tiene un peso específico en el total, fruto de la reflexión del panel de expertos y del análisis del segundo estudio cualitativo. La puntuación máxima es de 100 puntos.

Proceso de evaluación

Puntuación

La puntuación se llevó a cabo por dos equipos de analistas bajo la supervisión del panel de expertos. Tanto los equipos de analistas como los miembros del panel se reunieron regularmente con el fin de asegurar la homogeneidad de la puntuación.

Informe Reporta 2010

Los indicadores y su puntuación no son públicos. Solo las empresas interesadas pueden acceder a ellos a través del encargo de un informe personalizado.

Valoración

La misión del panel de expertos es verificar la puntuación realizada por los analistas y llegar a una evaluación cualitativa, basada en la calidad de los informes y la capacidad de comunicación con inversores y demás grupos de interés.

Calificación final

Las empresas se ordenan en cuatro grupos:

- Grupo A** El sistema de *reporting* sigue de forma consistente las buenas prácticas en la mayor parte de los indicadores evaluados
- Grupo B** El sistema de *reporting* facilita información de la mayor parte de los indicadores pero faltan determinados elementos significativos
- Grupo C** La información facilitada es limitada y en algunos aspectos no es relevante
- Grupo D** La información facilitada está expuesta de modo superficial y estandarizado

Calidad de la información

Valoración media del IGBM

La valoración media del IGBM es de 45,4 puntos, equivalente a Grupo C, lo cual quiere decir que una gran parte de las empresas no sigue las tendencias generalmente consideradas como buenas prácticas en lo que se refiere a la información pública, principalmente en la parte voluntaria de dicha información.

La puntuación media del IGBM está lastrada a la baja, en particular en determinados sectores de actividad, como veremos en el análisis sectorial, por una serie de factores:

- La libre elección de cada empresa en cuanto a la transparencia y el alcance de su rendición de cuentas.
- La composición del IGBM, que incluye empresas de gran capitalización, internacionales, de sectores punteros, junto con otras de mucho menor tamaño, ámbito de actuación y otras de menor tradición bursátil.
- La todavía reciente aparición de las nuevas tendencias de *reporting* a los mercados, que las empresas van incorporando gradualmente.

Los aspectos que más han influido en la puntuación son los siguientes:

- Existencia de información más allá de lo estrictamente legal, en particular en temas relacionados con gobierno corporativo; futuro y perspectivas de la empresa; estrategia; objetivos cuantitativos y cualitativos y grado de cumplimiento; información equilibrada sobre aspectos positivos y negativos.

- Enfoque del modelo de reporting: objetivo, manera de hacer el informe, participación en el proceso de partes interesadas, posicionamiento de la empresa en relación con su entorno (desde asuntos globales y sectoriales a asuntos propios de su área de influencia directa).
- Información sobre responsabilidad corporativa, descripción y datos sobre los planteamientos de la empresa en los diversos aspectos que se incluyen en este concepto.

Las empresas del Ibex están en su mayoría bien posicionadas en los Grupos A y B del Informe Reporta, con la excepción de tres empresas que están en los grupos C (Acerinox y Grifols) y D (Técnicas Reunidas). Algo menos de la mitad – dieciséis – de las empresas del IBEX están en el Grupo A que, como veremos a continuación, contiene a las empresas que más se aproximan a las buenas prácticas internacionales en materia de *reporting*. Otras dieciséis están en el Grupo B, diez de ellas con triple B, lo que les otorga una calificación próxima al Grupo.

Hay que insistir en que la calidad de la información, entendida con los criterios de Informe Reporta, no está vinculada a la calidad intrínseca de las empresas. La decisión sobre el modelo de *reporting* es, como ya se ha señalado anteriormente, una elección voluntaria de la empresa que responde a distintos factores, pero sí se puede concluir que las empresas que están en los Grupos C y D, incluso las que están en la parte baja de Grupo B, no creen en la importancia de la comunicación como factor de diferenciación competitiva y de construcción de reputación y están desaprovechando una herramienta de comunicación muy poderosa para gestionar su reputación.

Composición de los grupos

La distribución de las empresas en los grupos de valoración muestra que la calidad media del *reporting* de las empresas del IGBM es baja: Tan solo diecisiete empresas pertenecen al Grupo A y más de la mitad, sesenta y cuatro empresas sobre un total de 118, se sitúan en los Grupos C y D.

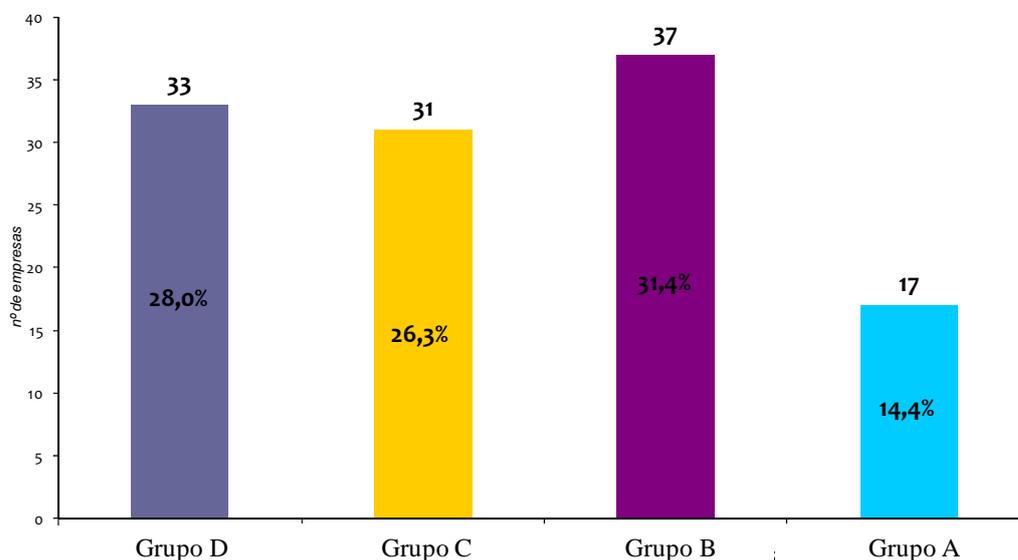
Informe Reporta 2010

Por otra parte, el grupo más numeroso es el Grupo B, con treinta y siete empresas, algunas de las cuales están muy próximas al Grupo A, de lo que podría deducirse, como dato positivo, una tendencia creciente a la aceptación de las buenas prácticas internacionales de *reporting*.

El Grupo A reúne a las empresas que más se acercan a las buenas prácticas internacionales de *reporting*. Como ya se ha dicho, son sólo diecisiete, todas menos una – Antena 3 – forman parte del Ibex 35. Ninguna de las 17 obtiene la calificación de triple A y tan solo tres consiguen la doble A: Red Eléctrica, Gas Natural y Enagas.

Las empresas de este grupo tienen en común características como tamaño, exposición internacional y pertenencia a sectores, como Petróleo y Energía o Servicios Financieros, que aparecen consistentemente en los mejores resultados en los tres principios valorados por Informe Reporta 2010.

Gráfico 1 – Composición de los grupos



La información sobre responsabilidad corporativa marca la diferencia en este grupo: Todas publican informe de responsabilidad corporativa y siguen las directrices GRI. La

mayor parte forman parte de los índices DJSI y son miembros del Global Compact de Naciones Unidas o de la Red del Pacto Mundial en España.

El Grupo B está formado por treinta y siete empresas. Las tres mejores del grupo, las tres con triple B son ACS , Sacyr Vallehermoso y Banesto, que ocupan los puestos 18, 19 y 20 de la calificación global.

En la parte superior, encontramos once – todas ellas pertenecientes al IBEX 35 menos Fluidra (puesto 27) – con calificación triple B, muy próximas por valoración al Grupo A. Entre las once del tramo intermedio (doble B) hay cinco empresas del IBEX. Finalmente, en el tramo inferior, formado por quince empresas con una sola B, hay una empresa del IBEX, Bankinter (puesto 42), que, sorprendentemente, pertenece a uno de los sectores con mejor puntuación media como es el sector de Servicios Financieros.

Al igual que en el Grupo A, en el Grupo B la información sobre responsabilidad corporativa también marca la diferencia. Cinco empresas con triple B están incluidas en el índice DJSI y, todas las empresas del grupo, con la notable excepción de Bolsas y Mercados, siguen GRI y/o están adheridas al Global Compact.

Los Grupos C y D, están compuestos por sesenta y cuatro empresas, ninguna de las cuales alcanza la mitad de la puntuación total. En conjunto, representan más de la mitad del IGBM y entre ellas hay tres empresas del IBEX 35, Acerinox (Grupo C puesto 55), Grifols (Grupo C, puesto 78) y Técnicas Reunidas (Grupo D, puesto 96).

Predominan las empresas que pertenecen a los sectores Inmobiliario, Alimentación y Productos Farmacéuticos, que son, como veremos más adelante, los sectores con puntuación media más baja en todos los principios. En estos dos Grupos, se encuentran empresas de menor capitalización y exposición internacional, de accionariado muy concentrado, recientemente incorporadas a bolsa o integrantes de sectores muy afectados por la crisis, como el inmobiliario.

Informe Reporta 2010

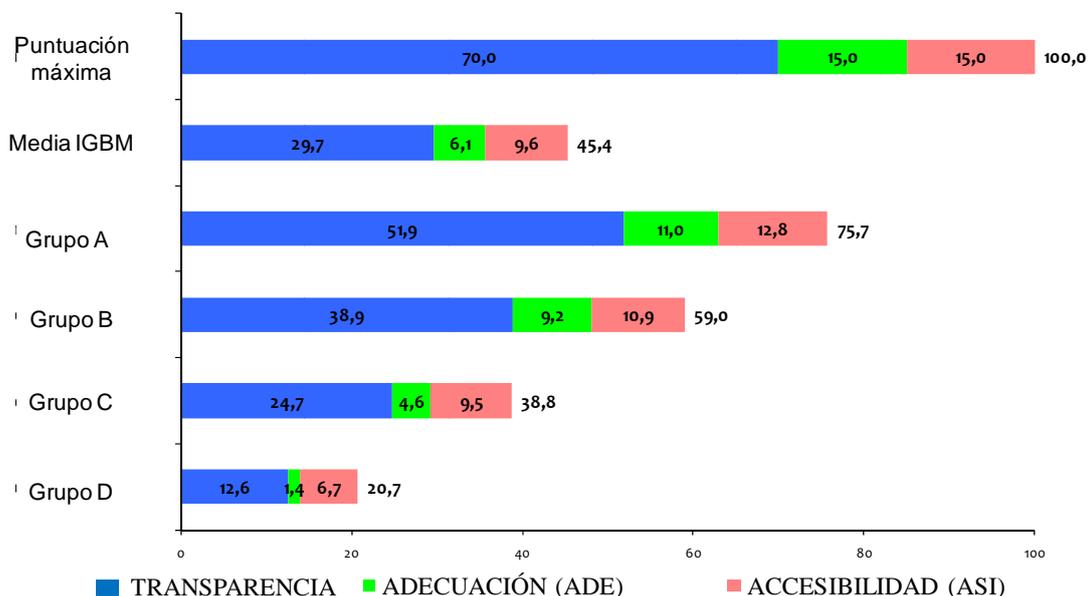
La información que ponen a disposición de sus accionistas está muy cerca del mínimo legal exigido. Nuevamente la información sobre responsabilidad corporativa es la que marca la diferencia, pero por su ausencia. Sólo nueve de ellas están adheridas al Global Compact.

Contribución de los principios a la valoración total

La valoración global de las empresas es el resultado de la suma de los valores de los indicadores que componen los tres principios, Transparencia, Adecuación y Accesibilidad. La contribución de cada uno de ellos a la valoración media del IGBM es la siguiente:

- Transparencia, 29,7 puntos sobre 70
- Adecuación, 6 puntos sobre 15
- Accesibilidad, 9,7 puntos sobre 15

Gráfico 2 – Contribución de los principios



El gráfico anterior muestra la contribución de cada uno de los principios a la valoración global. La primera barra indica la puntuación máxima posible en cada principio, como

referencia. Las siguientes muestran la contribución relativa de cada principio a la valoración media de las empresas del IGBM y de los Grupos A, B, C y D.

El principio de Transparencia es el que tiene más peso específico en el instrumento de valoración, con 70 puntos sobre 100. Sin embargo, la media obtenida por el IGBM no alcanza ni la mitad de los puntos posibles, 29,7 sobre 70. Es sorprendente que la baja puntuación del principio de Transparencia sea común a todos los Grupos de valoración. Dado que gran parte de la información que se mide es reglada, hubiera sido de esperar que los resultados fueran más altos.

La baja puntuación de Transparencia contrasta con la comparativamente más alta obtenida por el principio de Accesibilidad (9,6 puntos sobre 15), en detrimento del de Transparencia, a lo largo de los cuatro grupos. Uno de los factores que explica la mejor puntuación del principio de Accesibilidad es el fuerte desarrollo de la tecnología de la información.

En el Grupo D, por ejemplo, nos encontramos con una puntuación media de Accesibilidad de 6,7 puntos sobre 15, mientras que la media de Transparencia es de 12,6 sobre 70 y la puntuación total es 20,7 sobre 100. Es decir que la información es fácilmente accesible pero el contenido es muy pobre.

Por su parte, el principio de Adecuación obtiene también menos de la mitad de los puntos posibles, 6,1 sobre 15. En este caso no es tan llamativo, puesto que se refiere fundamentalmente a la información voluntaria y se trata de un concepto emergente, recientemente introducido en los modelos de *reporting*.

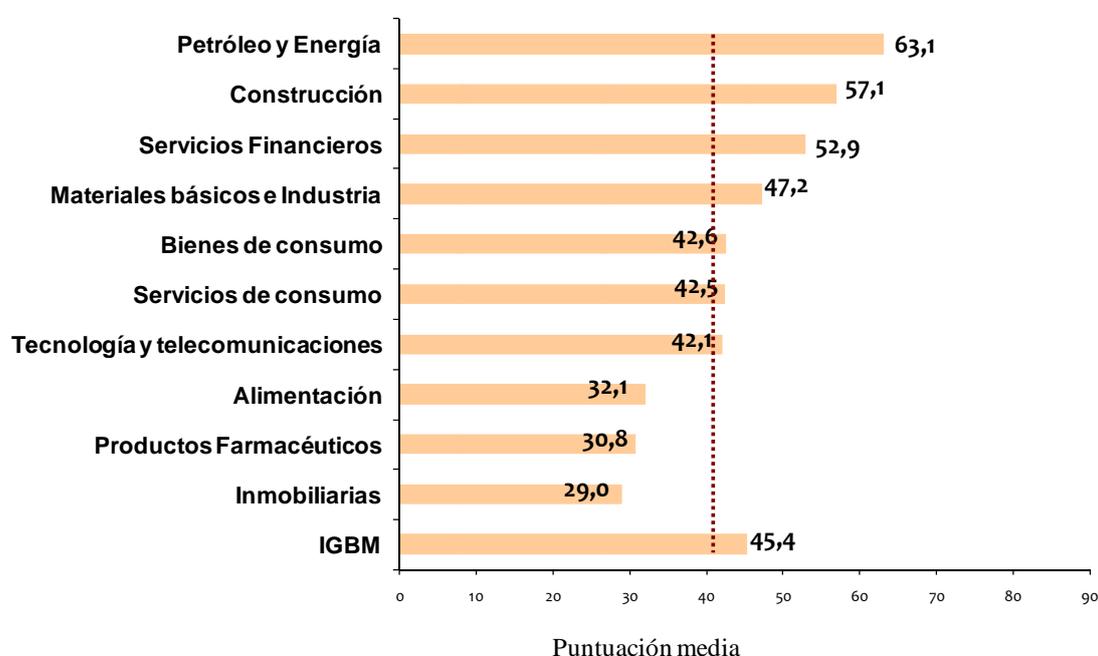
Valoración por sectores

Entre los diez sectores en que hemos dividido las 118 empresas del IGBM sólo cuatro superan la media de puntuación total: Petróleo y Energía, Construcción, Servicios Financiero y Materiales Básicos e Industria. Se trata de sectores que reúnen empresas con mayor impacto económico (tamaño e internacionalización), ambiental y social y

que tienen un alto grado de homogeneidad lo que hace que las buenas puntuaciones obtenidas por las empresas punteras no se vean lastradas por las bajas puntuaciones de empresas de menor tamaño.

Los sectores peor valorados son Alimentación, Productos Farmacéuticos e Inmobiliario. Hay que hacer notar que determinados sectores, como por ejemplo Tecnología y Telecomunicaciones, están penalizados porque las empresas que los componen son muy diversas, por segmento de actividad o por tamaño.

Gráfico 3 - Puntuación media por sector de actividad



Petróleo y Energía (63,1)

El sector Petróleo y Energía es el de mayor puntuación media impulsado por las altas puntuaciones obtenidas en Transparencia en Responsabilidad Corporativa. De las once empresas que integran el sector, solamente tres obtienen puntuaciones medias bajas y están en los Grupos C (Solaria y Montebalito) y D (Fersa). Pertenecen a este sector las tres primeras empresas de Informe Reporta y únicas que obtienen una Doble A – Red Eléctrica, Gas Natural Fenosa y Enagás.

Construcción (57,1)

Llama la atención la alta puntuación del segundo sector, Construcción, que ha superado con creces la tradicional opacidad que caracterizaba el sector. Al igual que en el sector Petróleo y Energía, destaca la alta puntuación de las empresas punteras, todas ellas en los Grupos A y B menos Cleop y San José que están en el Grupo D. En este sentido hay que hacer notar que las grandes empresas de este sector no pueden ser denominadas empresas de construcción, aunque sigan integradas en este sector en el IGBM porque la mayor parte de sus ingresos proviene de otros sectores de actividad, como ocurre en el caso de Acciona, FCC o Ferrovial. Los líderes del sector son OHL, Acciona y FCC, los tres en el Grupo A.

Servicios financieros (52,9)

Grupo muy numeroso que, por los requisitos regulatorios y por la dilatada experiencia en Bolsa de muchos de sus componentes, hace que la mayoría de las puntuaciones sean altas y que sea uno de los grupos a la cabeza. Asimismo se trata de un grupo con amplia experiencia internacional y con accionariados muy diluidos, lo que hace que la exigencia de un *reporting* de calidad sea mayor. La inclusión en este sector de un pequeño número de entidades regionales como Guipuzcoano, Valencia y Pastor o sociedades de cartera como Dinamia que están en los Grupos C y D y que presentan puntuaciones muy bajas, penalizan la puntuación media del sector. Los líderes del sector BBVA, Santander están el Grupo A y Banesto (triple B) en el grupo B

Materiales básicos e industria (47,2)

Se trata de un grupo muy heterogéneo de empresas que incluye empresas muy dispares en actividad (bienes de equipo, ingeniería o siderurgia) en tamaño, grado de internacionalización y capitalización bursátil, lo que dificulta obtener conclusiones de conjunto. El sector está dividido casi a partes iguales en dos grupos, las que están en los Grupos A y B y las que están en los Grupos C y D con lo que la puntuación media del grupo está ligeramente por encima de la media del IGBM. Los líderes del sector son Gamesa y Arcelor Mittal, ambas en el Grupo A, con Fluidra (triple B) como tercer clasificado.

Bienes de consumo (42,6)

Es un grupo muy heterogéneo de empresas, la mayoría de gran tamaño y con presencia internacional aunque con muy variados historiales en Bolsa. Hay grandes diferencias de puntuación entre estas compañías. Las textiles son las que mejor puntuación obtienen por su creciente presencia internacional y por la sensibilidad del sector textil a los temas relacionados con Responsabilidad Corporativa, con una fuerte presencia también de compañías papeleras, más tradicionales en Bolsa, que presentan las puntuaciones más bajas. No hay empresas de bienes de consumo en el Grupo A. Las tres primeras clasificadas son Inditex (triple B) seguida por Adolfo Dominguez e Iberpapel, ambas en el Grupo B.

Servicios de Consumo (42,5)

Grupo muy numeroso y heterogéneo de compañías, la gran mayoría de reciente historial en Bolsa. La puntuación media obtenida es similar a la del sector de bienes de consumo y está también por debajo de la media del IGBM. Presenta un abanico muy amplio de puntuaciones, encabezado por empresas de comunicación y empresas ligadas al sector turístico mientras que en el tramo más bajo nos encontramos con un grupo con menor concentración sectorial pero que comparten su reciente presencia en Bolsa y su presencia meramente nacional. Llama la atención la baja puntuación obtenida por empresas de medios de comunicación como Prisa (doble C) y Vocento (triple D) y por empresas relacionadas con tratamiento médico especializado como Corporación Dermoestética (Triple D) y Clínica Baviera (doble D). Los líderes de este sector son Antena 3 TV, Abertis (Grupo A) con Iberia (triple B) como tercer clasificado.

Tecnología y telecomunicaciones (42,1)

Grupo liderado por dos compañías con fuerte presencia internacional y larga experiencia en Bolsa, Telefónica (Grupo A) e Indra (Grupo B), mientras el resto está en su mayoría compuesto por compañías de tamaño muy inferior y presencia mayoritariamente doméstica de reciente historial de cotización, lo que penaliza la puntuación del sector.

Alimentación (32,1)

Nos encontramos ante un sector compuesto por pocas empresas de muy diverso tamaño, con un grupo de pequeñas compañías, puramente domésticas y con un accionariado muy concentrado, frente a otro grupo de empresas de presencia multinacional, de un tamaño considerable y con un accionariado más diversificado. A pesar de la presencia de estas grandes compañías, el sector en general se encuentra entre los que menor puntuación ha conseguido, en la práctica totalidad de los indicadores, muy penalizado por las empresas de bodegas riojanas, principalmente. Sólo dos empresas de este sector superan la media, SOS Corporación y Ebro Foods, ambas en el tramo medio del Grupo B.

Productos Farmacéuticos (30,8)

Otro grupo con pocas empresas y en general con puntuaciones bajas, lo cual sorprende en un conjunto de grupos empresariales dotados de una fuerte capacidad investigadora y presencia internacional. De nuevo el peso de las puntuaciones de los grupos de menor tamaño penaliza al resto aun cuando se encuentran entre ellos filiales de grandes grupos. El hecho de que el accionariado de muchas de estas compañías esté muy concentrado y la reciente presencia en bolsa de algunas de ellas podría explicar parcialmente estas bajas puntuaciones. Sólo dos empresas Zeltia y Almirall, ambas en la parte baja del Grupo B, superan la media de puntuación.

Inmobiliario (29,0)

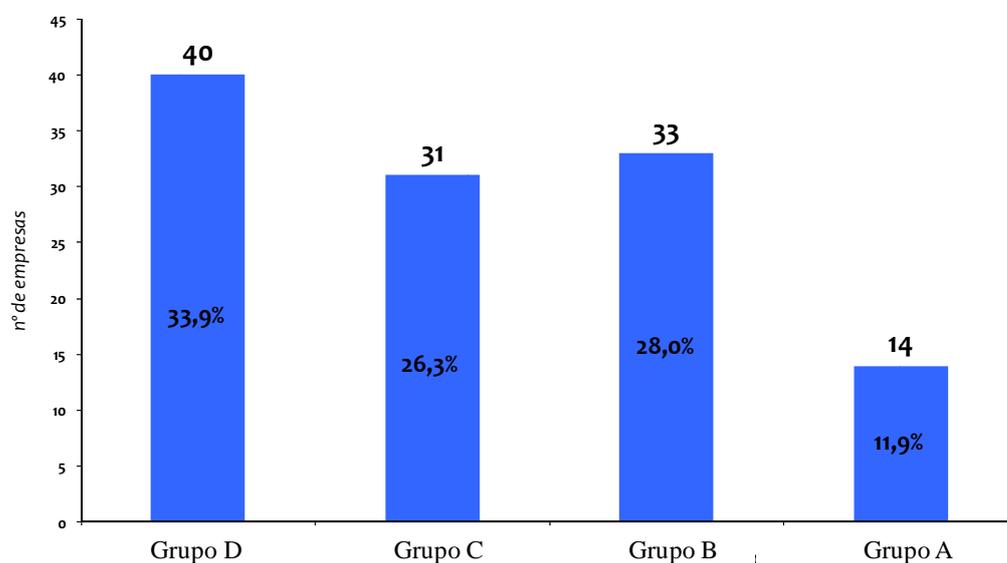
Grupo pequeño de empresas de reciente historial en Bolsa en su mayoría, con una presencia fundamentalmente nacional y con accionariados concentrados. Esto, unido a la delicada situación económica de estas sociedades, hace que la calidad del reporting sea mayoritariamente baja y que figure entre los grupos que menor puntuación ha recibido. Tan sólo dos de las nueve empresas del sector superan la media, Realia y Renta Corporación, ambas en el tramo medio del Grupo B.

Principio de Transparencia

Valoración media

La valoración media del principio de Transparencia para el conjunto del IGBM es de 29,7 puntos sobre un máximo de 70. Llama la atención, como ya se ha dicho con anterioridad, la baja puntuación media obtenida frente al total posible asignado por el instrumento de valoración. Dado que gran parte de la información es reglada, los resultados hubieran debido ser más altos, pero la realidad es que, por término medio, las empresas del IGBM añaden muy poca información adicional, dentro de la reglada, y que la información sobre responsabilidad corporativa, voluntaria, es muy limitada.

Gráfico 4 – Composición de los grupos



En este principio, tan sólo cuarenta y siete empresas superan la media de puntuación en los Grupos A y B. Catorce empresas obtienen la calificación A con una puntuación media de 52,9 puntos sobre 70 posibles. La empresa más transparente es Red Eléctrica,

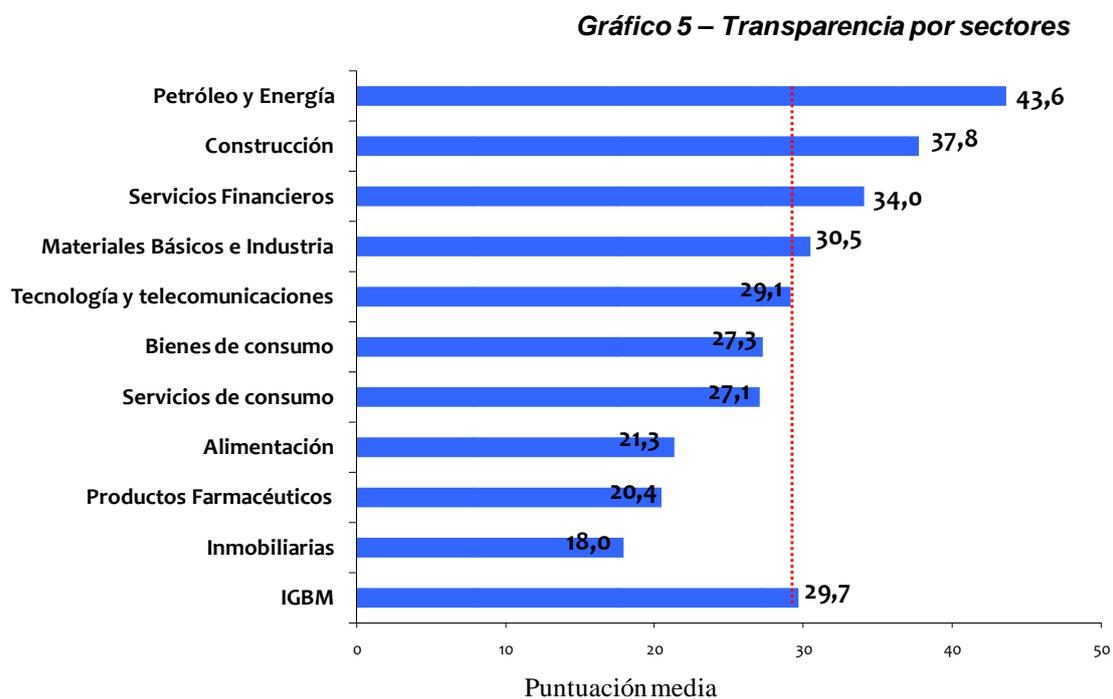
Informe Reporta 2010

seguida de Gas Natural Fenosa y Enagas, todas doble A en este principio y líderes de la calificación global de Informe Reporta. En el Grupo B hay treinta y tres empresas, con una puntuación media de 41,1 puntos sobre 70.

Las restantes empresas del IGBM – setenta y una empresas, casi dos tercios del total – están en los Grupos C y D con puntuaciones muy bajas, por muy inferiores a la mitad de los puntos posibles y por debajo de la media del IGBM. Es decir que la mayoría del IGBM se limita a cumplir, y muy raspado, los mínimos legales, pero no facilita el conocimiento de la realidad de la empresa en toda su extensión, tal y como demanda el actual entorno de negocio.

Valoración por sectores

En el gráfico 5 muestra la distribución de la calificación del principio de Transparencia por sectores.



Dado el peso del principio en la calificación global, 70 sobre 100, la posición relativa de los sectores se corresponde con la posición en la valoración global, con la excepción de

Tecnología y Telecomunicaciones que se acerca a la media del IGBM por delante de los sectores Bienes de Consumo y Servicios de Consumo.

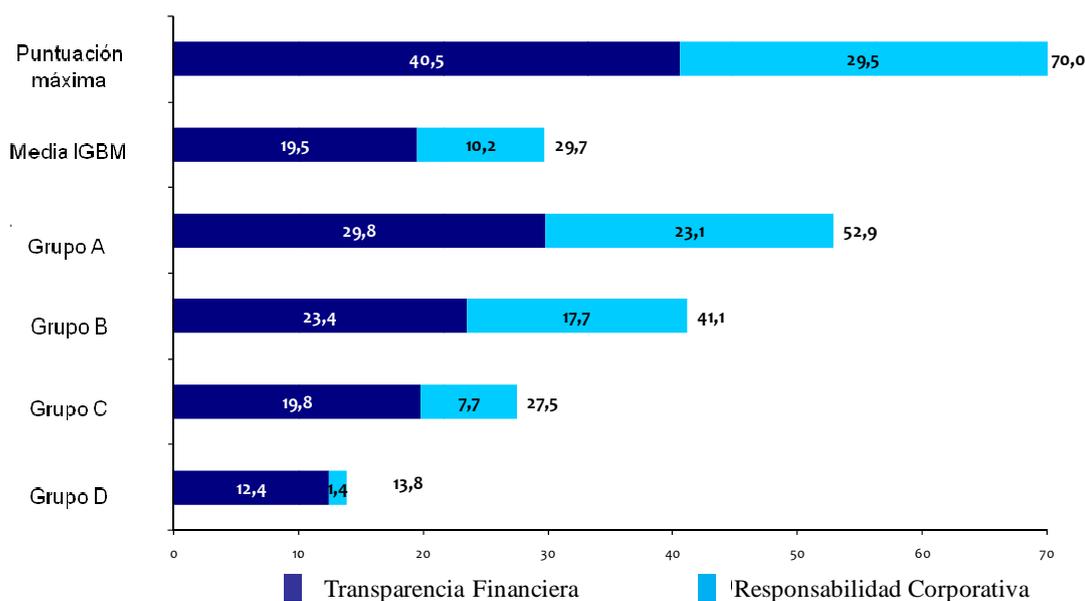
Contribución de la Transparencia Financiera y la Responsabilidad corporativa al principio Transparencia

Para la valoración del principio de Transparencia se han considerado dos bloques de información:

- Información reglada, que se refiere a información general sobre la empresa y sus actividades, información financiera e información sobre gobierno corporativo. Estos tres aspectos, englobados en el término Transparencia Financiera a los efectos de este informe, aunque están sujetos a reglamentación tienen mucho recorrido en lo que a información adicional se refiere.
- Responsabilidad Corporativa, que hasta el momento es voluntaria y abarca la información sobre los aspectos ASG.

La contribución de la Transparencia Financiera y de la Responsabilidad Corporativa a la valoración total del principio de Transparencia se refleja en el cuadro 6 siguiente:

Gráfico 6 – Contribución de la Transparencia Financiera y la Responsabilidad Corporativa

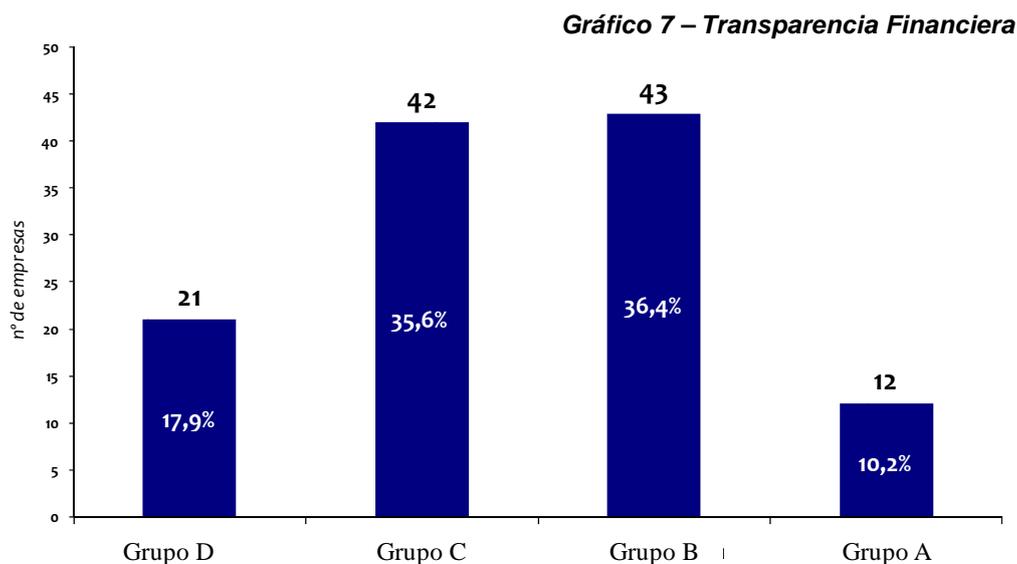


La primera barra indica la puntuación máxima posible en cada principio, como referencia. Las siguientes muestran la contribución relativa de cada principio a la valoración media de las empresas del IGBM y de los Grupos A, B, C y D.

Para el conjunto de IGBM, la contribución de la transparencia financiera es del 65,7 %, y vemos cómo aumenta en cada Grupo de valoración a medida que se reduce la puntuación total y la contribución relativa de la transparencia en Responsabilidad Corporativa. En efecto, en las empresas calificadas en el Grupo A, la contribución de Transparencia Financiera es prácticamente igual que la de Responsabilidad Corporativa, mientras que a medida que bajamos a los grupos siguientes, B y C, la contribución de la Responsabilidad Corporativa se va reduciendo hasta ser prácticamente inexistente en el Grupo D.

Transparencia Financiera

En Transparencia Financiera, solamente doce empresas están en el grupo A. La empresa con mayor puntuación en Transparencia Financiera es Banco Santander, seguida Iberdrola Renovables y Red Eléctrica.



En el otro extremo, hay un pequeño grupo que se contenta con cumplir con el mínimo legal, y entre ambos, están la mayoría de las empresas que optan por mayor o menor grado de transparencia en temas diversos. Es significativo el descenso del Grupo D, que se reduce a la mitad respecto a la composición de los grupos en la calificación global de Transparencia (gráfico n° 4) desde cuarenta a veintiuna. Esto pone de manifiesto que el centro del déficit de transparencia está en el ámbito de la responsabilidad corporativa.

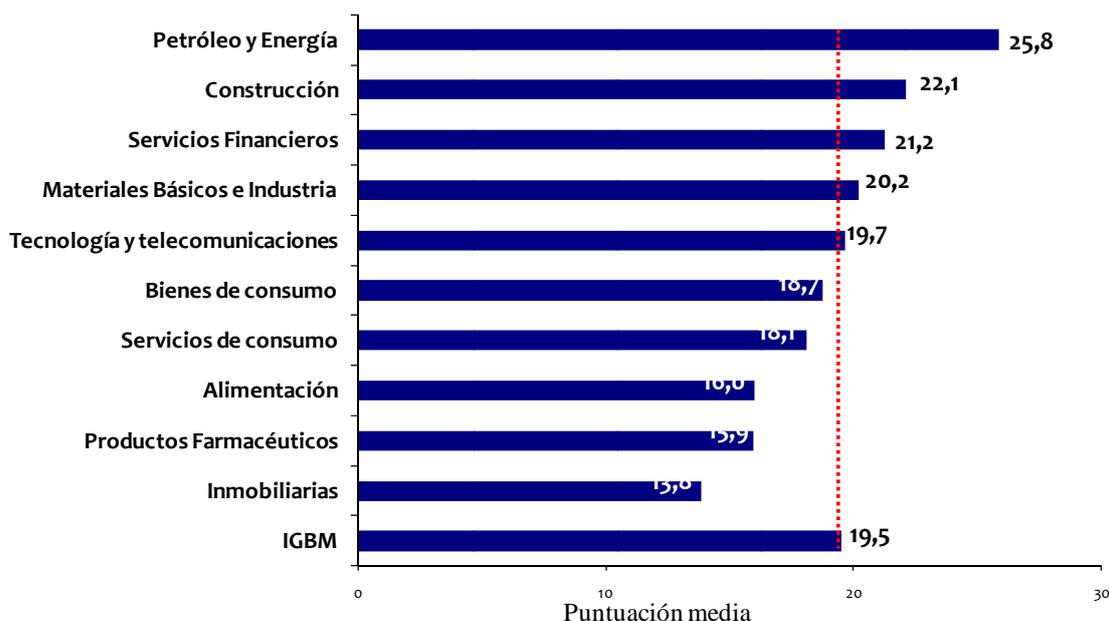
Esta distribución muestra, una vez más, que hay unos campeones que consistentemente apuestan por mejorar la calidad de su información, incorporarse a las nuevas tendencias y seguir las buenas prácticas y estándares generalmente aceptados.

A la hora de valorar la calidad de la información financiera, se ha analizado una serie de factores que contribuyen a dar una imagen exacta de la realidad de la empresa y que facilitan la comprensión de su actividad, resultados y perspectivas de futuro. A continuación mencionamos, por vía de ejemplo, algunos de los factores más relevantes analizados:

1. Descripción de las actividades de la empresa, líneas de negocio, expansión geográfica, contribución a resultados.
2. Mención de las principales magnitudes financieras, detalle de operaciones relevantes, explicación de las tendencias macroeconómicas y sectoriales. Nivel de detalle del análisis financiero: evolución, desglose de ingresos y resultados por mercados y líneas de negocio, ratios financieros, comparativas históricas y sectoriales. Comportamiento de la cotización, de la acción y del dividendo.
3. Estrategia: objetivos y plazos, consolidados y por línea de negocio, descripción de los puntos fuertes y débiles de la posición de mercado, etc.
4. Gobierno corporativo, en particular las remuneraciones de consejeros y directivos.

En el gráfico siguiente se clasifican los sectores según su Transparencia Financiera, donde se constata la misma distribución que en el global de Transparencia y se vuelve a notar la mejor puntuación de Tecnología y Telecomunicaciones.

Gráfico 8 – Transparencia Financiera por sectores



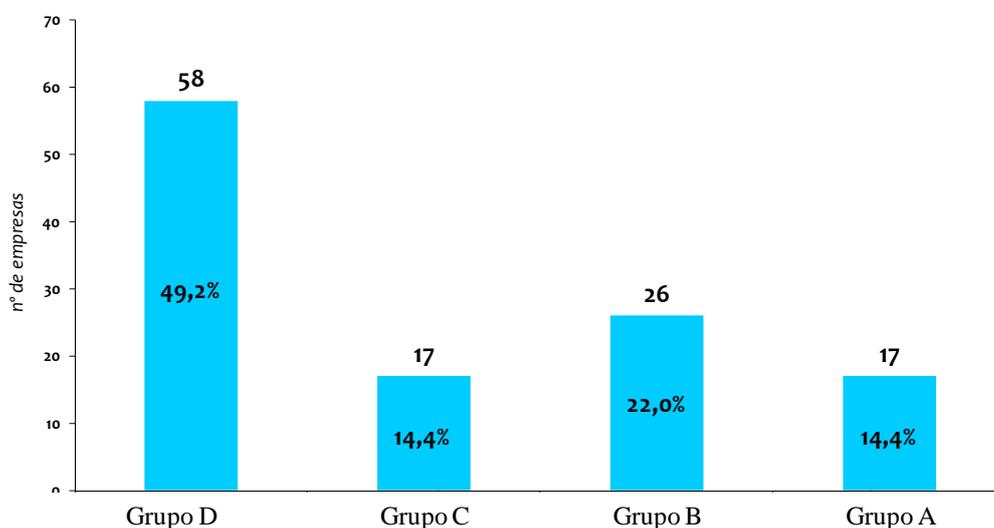
Responsabilidad Corporativa

La transparencia en Responsabilidad Corporativa se define por la información que la empresa publica sobre su enfoque, sus políticas y sistemas de gestión ética y de su impacto ambiental y social, así como sobre sus relaciones con sus grupos de interés, tanto sus empleados como externos. Es una información voluntaria y supone un 30% de la puntuación en el principio de transparencia.

Las empresas líderes en Transparencia en Responsabilidad Corporativa son las que encabezan la calificación global: Gas Natural Fenosa (segunda en la clasificación global) Antena 3 TV y Red Eléctrica (primera en la calificación global), empatada a puntos con la tercera global, Enagás.

En Transparencia Financiera veíamos que había unas pocas empresas en cada extremo, doce en el Grupo A y veintiuna en el Grupo D y que el 70% de las empresas del IGBM estaba en los Grupos B y C. En Responsabilidad Corporativa, el Grupo A sigue siendo reducido, diecisiete empresas solamente, mientras que casi la mitad del IGBM está en el Grupo D. Esta distribución es consistente con la voluntariedad de la información de la Responsabilidad Corporativa y su relativamente reciente incorporación al panorama de la información corporativa.

Gráfico 9 – Transparencia en Responsabilidad Corporativa



Cuando hablamos de responsabilidad corporativa nos referimos a una serie de aspectos diferentes (recursos humanos, impacto medioambiental, seguridad, compromiso con la sociedad...) pero que todos deben responder a un enfoque de gestión consistente. La empresa debe transmitir cual es el papel que asume ante su entorno económico, ambiental y social y cómo lo gestiona.

La falta de madurez e interiorización del significado de responsabilidad corporativa lleva a que las empresas en general todavía informen de una manera poco estructurada que no da a conocer un enfoque homogéneo en sus criterios y maneras de actuar. La

cadena de enfoque, estrategia, sistemas de gestión y seguimiento y *reporting* existe en pocos casos.

Dos tipos de empresas coinciden en la mejor posición: por un lado las que pertenecen a sectores de mayor impacto ambiental y social y, por otro, las que están sujetas a comparación internacional. Sólo las empresas que necesitan mantener un posicionamiento global necesitan mantenerse en cabeza en cuanto a información de responsabilidad corporativa. De las diecisiete empresas que componen el Grupo A en este aspecto, todas, menos cinco (OHL, REC,OHL, Iberdrola Renovables, Telecinco) pertenecen al DJSI.

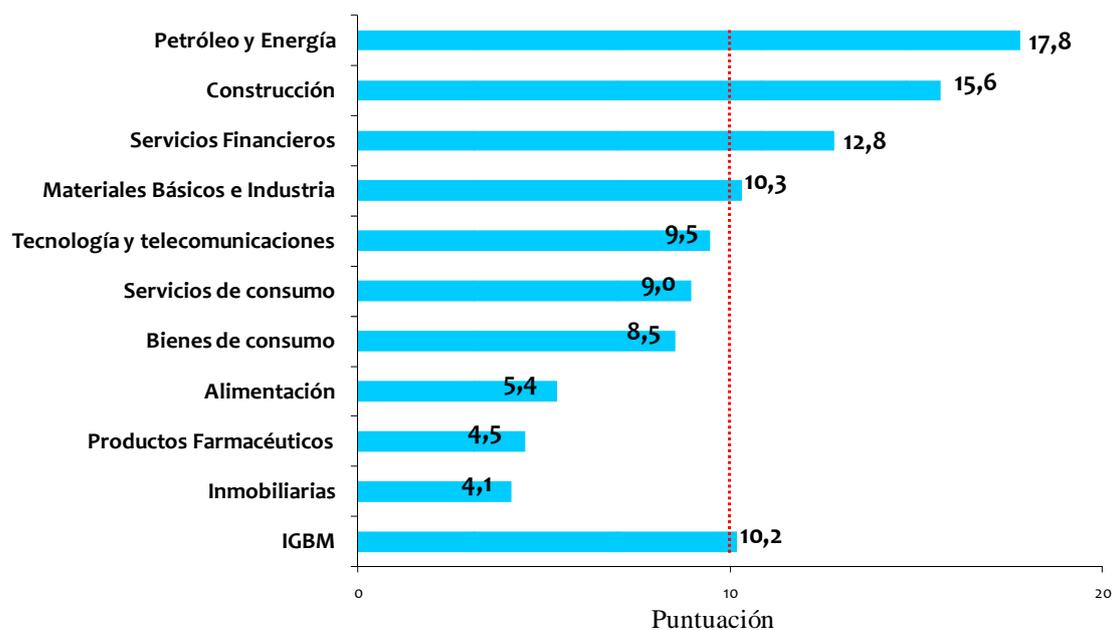
Además de publicar informe de Responsabilidad Corporativa (independiente o integrado como Indra), siguen las recomendaciones del GRI, llevan a cabo una verificación externa de la información no financiera y están adheridos al Global Compact. Al mismo tiempo, están bien situadas en los principios de adecuación y accesibilidad, que valoran la selección de contenidos para los grupos de interés y la asequibilidad de los mismos.

En el Grupo B, la valoración está generalmente condicionada por la falta de estructura de la información que se presenta, que muchas veces es poco más que una declaración de intenciones y casi siempre basada en información cualitativa.

Es de esperar que la creciente demanda de información ASG por los mercados y por otros grupos de interés aumente gradualmente su presencia en la información anual de las empresas. Los avances en la integración de la responsabilidad corporativa en la gestión empresarial darán lugar a una mejor información, con niveles de exigencia similares a los que ahora corresponden a la información financiera y operativa. El mayor alcance de la información de las empresas producirá un retrato que cumpla de manera más efectiva la misión de presentar una imagen fiel.

El siguiente gráfico muestra la distribución sectorial de la valoración media en este aspecto. Destacan los sectores habituales, pero con mayor distancia respecto a la media del Índice.

Gráfico 10 – Valoración sectorial de Responsabilidad Corporativa



Principio de Adecuación

Valoración media

El principio de Adecuación se define como la capacidad de la empresa de informar de aquellos temas, ligados a su actividad, estrategia e identidad, que son relevantes tanto para la propia compañía como para sus distintos grupos de interés. El principio de Adecuación por lo tanto se refiere siempre a información voluntaria y principalmente, pero no solo, a la información sobre responsabilidad corporativa. Es un principio recogido en las referencias más habituales, como GRI o AccountAbility.

Es un concepto relativamente nuevo y por lo tanto poco extendido por ahora entre las empresas del IGBM. Estos dos factores se reflejan tanto en la valoración media como en la distribución de la calificación de las empresas.

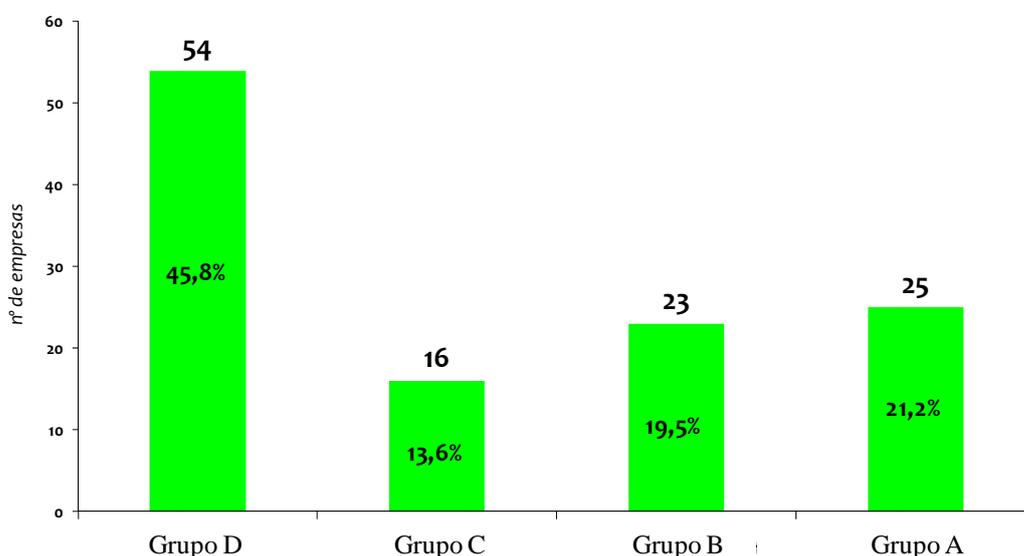
La valoración media obtenida es de solo 6,1 puntos sobre 15 posibles. La distribución de empresas es bastante significativa. Un grupo de veinticinco empresas obtiene la calificación A, con una media de 11,8 puntos; el siguiente grupo, formado por veintitrés empresas, obtiene una calificación media de 9,5 puntos. Finalmente, detrás de un pequeño grupo C de dieciséis empresas, destaca el grupo de 54 empresas que se queda en la calificación D, con una media de 1,9 puntos.

De estos datos se desprende que la quinta parte de las empresas del IGBM, con calificación A, busca llegar con su información anual a sus grupos de interés (no solo a los accionistas) y que los contenidos se plantean, más allá de la información obligatoria, con el objetivo de reflejar un retrato completo de la empresa.

Algunas de estas empresas, además de identificar a sus grupos de interés, han arbitrado sistemas de participación de distinto alcance en la elaboración de la información.

Es destacable que este grupo de cabeza está formado por casi el doble de empresas que en el principio de Transparencia. La empresa mejor situada en Adecuación es Bolsas y Mercados cuya calificación en Transparencia es sin embargo significativamente más baja. Esta situación se repite en bastantes casos.

Gráfico 11 – Principio de Adecuación



Muchas empresas estructuran sus informes de responsabilidad corporativa por grupos de interés. Se puede concluir que existe la tendencia de producir una información más dirigida a públicos específicos y enfocada a temas relevantes, aunque todavía no se llegue a informar de todos los aspectos que se consideran buenas prácticas a efectos de este informe. Esta reflexión se puede extender al grupo B, dada la proximidad entre sus calificaciones medias.

El primer objetivo de la información anual es transmitir la imagen fiel de la empresa al mercado, de manera que exista base para la toma de decisiones informadas. Si se aplica

hoy esta idea básica, aparecen nuevos interlocutores y temas no estrictamente financieros y muchas veces cualitativos que, por otra parte, son determinantes para la buena marcha de la sociedad.

El mercado espera conocer a la empresa en toda su amplitud. Por lo tanto el esquema tradicional se ha ido quedando corto.

Hoy en día también es importante saber quién es la empresa, cuál es su aspiración, quiénes son sus gestores y qué les importa, cómo define su papel en la sociedad y en el desarrollo económico y social, qué posicionamiento tiene ante los nuevos retos globales, cómo se sitúa dentro de su sector, cuáles son sus valores y sus principios de actuación, cómo enfoca su evolución a medio y largo plazo, cómo valora el impacto ambiental y social de sus actividades y cómo se refleja esta valoración en sus actividades y sus relaciones, etcétera. En definitiva, su posicionamiento ético, ambiental y social.

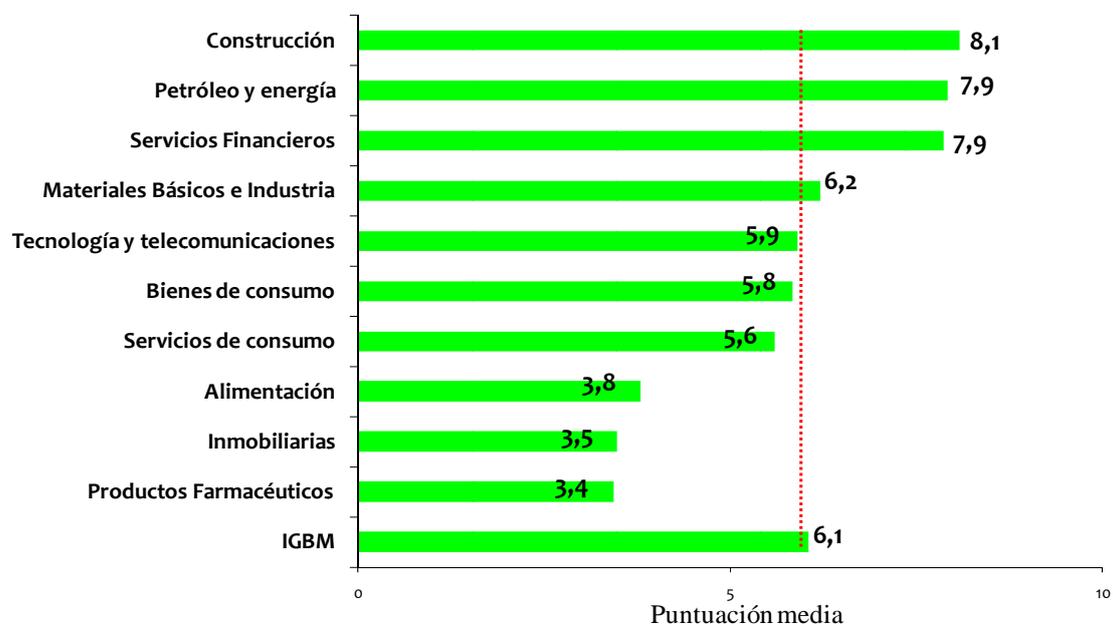
Por lo tanto, aparece un nuevo reto de la empresa en su rendición de cuentas. Debe ampliar su foco, identificar y conocer a quién se dirige e informar sobre aquellos aspectos que realmente van a construir su retrato en un momento dado y van a servir para prever su evolución.

Esto implica un doble ejercicio para determinar el contenido voluntario del *reporting*: identificación de temas relevantes y de grupos de interés y, a partir de ahí, establecer los mecanismos de diálogo y participación necesarios (internos y externos) para producir una información completa y significativa para el mercado y demás usuarios. El *reporting* anual se constituye en el marco de referencia de la relación entre las empresas y sus grupos de interés.

Por sectores, Construcción, Petróleo y Energía, Servicios Financieros y Materiales Básicos e Industria, superan la calificación media en este principio, como sucede en la valoración global y en el principio de Transparencia. Tecnología y Telecomunicaciones

queda justo por debajo, pese a que incluye dos de las empresas del grupo de cabeza, a causa de la ya mencionada disparidad de las empresas que lo componen.

Gráfico 12 – Adecuación por sectores



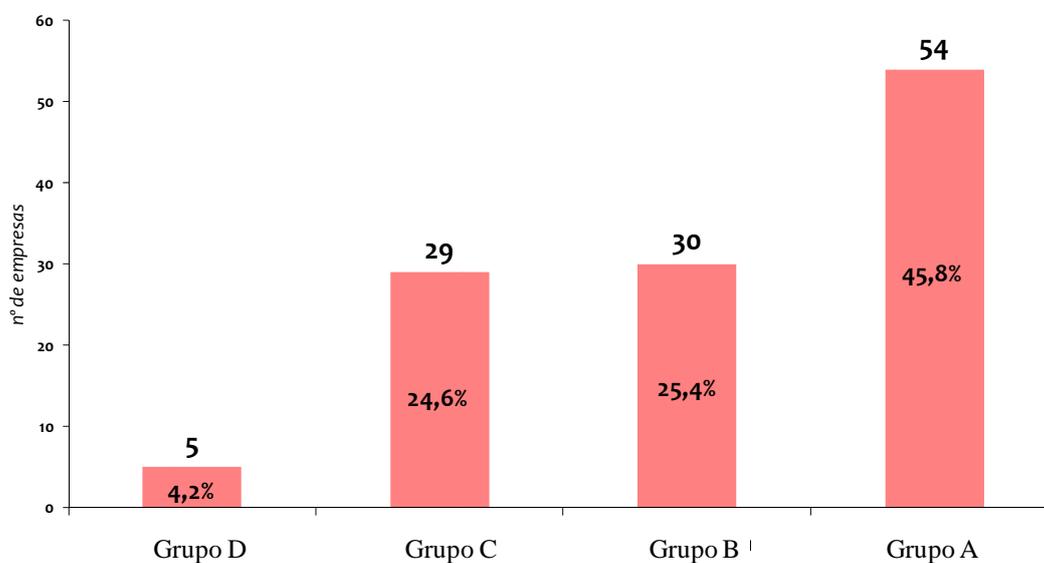
Los sectores de Productos Farmacéuticos, Inmobiliario y Alimentación obtienen la valoración más baja, también de manera consistente con los resultados globales y de Transparencia.

Principio de Accesibilidad

Valoración media

El principio de Accesibilidad se refiere a la claridad de la información disponible, en cuanto a lenguaje y presentación, a la facilidad de llegar a ella, utilizando las tecnologías y soportes disponibles y a la posibilidad de que cualquier persona pueda tenerla a su alcance.

Gráfico 13 – Principio de Accesibilidad



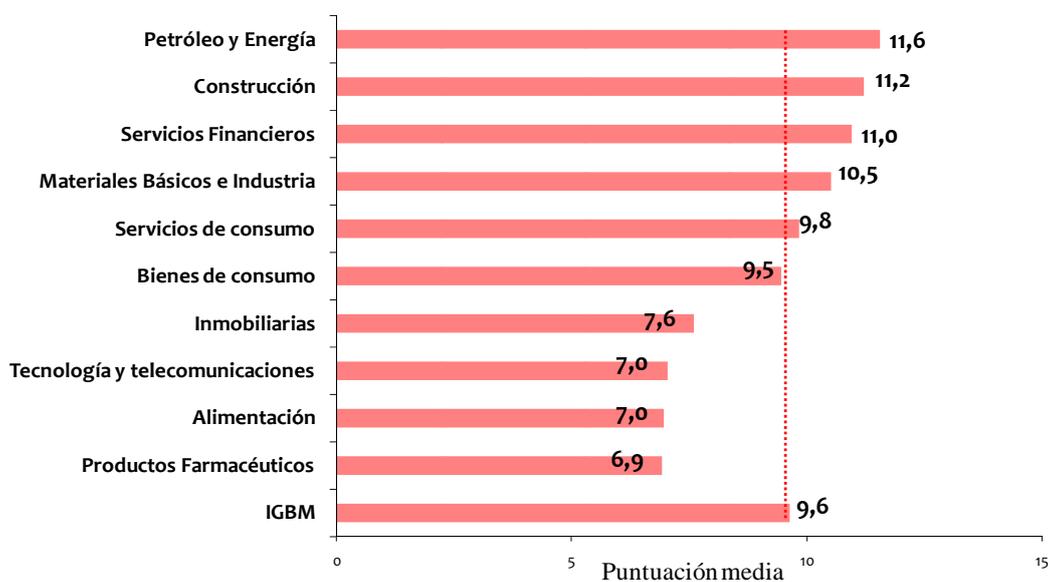
La valoración media obtenida por el IGBM es de 9,6 puntos sobre 15. Es destacable que es significativamente más alta que en Transparencia y en Adecuación, lo que indica en general la alta penetración de las tecnologías de la información y también el hecho de que este tipo de accesibilidad está reglada para la información obligatoria. Se hace

evidente que la Accesibilidad depende más de actuaciones técnicas que de decisiones de enfoque de *reporting*, como sucede con la Transparencia y la Adecuación.

Lo anterior se refleja en la distribución de las empresas. En este caso, el grupo mayoritario es el Grupo A, que reúne a cincuenta y cuatro empresas, con una calificación media de 12,3 puntos. Entre estas empresas hay cinco que están en el Grupo D de valoración global. Al mismo tiempo, hay seis empresas del IBEX 35 con calificación B, C o D. Gamesa es la empresa con mayor valoración en este principio.

Desde la perspectiva sectorial, la mejor calificación también se nota en que hay cinco sectores que superan la media del Índice: Petróleo y Energía, Construcción, Servicios Financieros, Materiales Básicos e Industria y Servicios de Consumo.

Gráfico 14 – Accesibilidad por sectores



Sin embargo, lo más destacable desde la perspectiva sectorial es que Tecnología y Telecomunicaciones, frente a los que cabría esperar por su actividad, vuelve a notar su diversa composición y se sitúa significativamente por debajo de la media. Alimentación y Productos Farmacéuticos son de nuevo los sectores con valoración más baja.

Informe Reporta 2010

Apéndices

Apéndice I - Calificación global

Orden	Empresa	Calificación	Transparencia	Adecuación	Accesibilidad
1	Red Eléctrica	AA	AA	A	A
2	Gas Natural	AA	AA	A	A
3	Enagas	AA	AA	A	A
4	OHL	A	A	A	A
5	Telefónica	A	A	A	B
6	Iberdrola Renovables	A	A	B	A
7	Acciona	A	A	A	A
8	Iberdrola	A	A	B	A
9	BBVA	A	A	B	A
10	FCC	A	A	A	A
11	Repsol	A	A	A	A
12	Endesa	A	A	A	A
13	Gamesa	A	A	A	A
14	Banco Santander	A	A	B	A
15	Antena 3 TV	A	BBB	A	A
16	Abertis	A	BBB	A	A
17	Arcelor Mittal	A	BBB	B	A
18	ACS	BBB	BBB	A	B
19	Sacyr Vallehermoso	BBB	BBB	A	A
20	Banesto	BBB	BBB	A	A
21	Inditex	BBB	BBB	A	A
22	Iberia	BBB	BB	B	A
23	Mapfre	BBB	BB	D	A
24	Bolsas y Mercados	BBB	BB	A	A
25	Critería	BBB	BB	B	A
26	Banco Popular	BBB	BB	A	A
27	Fluidra	BBB	BB	A	B
28	Ferrovial	BBB	BB	B	A
29	EADS	BB	BB	B	B
30	Banco Sabadell	BB	BB	A	A
31	Indra	BB	BB	C	A
32	SOS Corporación	BB	BB	A	A
33	Telecinco	BB	BB	C	A
34	Abengoa	BB	B	A	B
35	C.A.F.	BB	B	B	B
36	Ebro Foods	BB	B	B	C
37	INYPSA	BB	B	C	A
38	Realia	BB	B	C	A
39	Renta Corporación	BB	B	B	B
40	G.A.M.	B	B	C	B

Apéndice I - Calificación global

Orden	Empresa	Calificación	Transparencia	Adecuación	Accesibilidad
41	CAM	B	B	A	A
42	Bankinter	B	B	A	A
43	Adolfo Dominguez	B	B	D	A
44	Cementos Portland	B	B	B	B
45	Befesa	B	B	C	B
46	Catalana Occidente	B	B	C	A
47	Iberpapel	B	B	B	A
48	Zeltia	B	CCC	B	B
49	CIE Automotive	B	CCC	C	C
50	NH Hoteles	B	CCC	D	A
51	Ence	B	CCC	A	B
52	Sol Meliá	B	CCC	B	C
53	Ercros	B	CCC	B	B
54	Almirall	B	CCC	B	B
55	Acerinox	CCC	CCC	B	A
56	Tubacex	CCC	CCC	D	A
57	Viscofan	CCC	CC	C	C
58	Grupo Tavex	CCC	CC	B	B
59	Cepsa	CCC	CC	D	C
60	Sniace	CCC	CC	B	A
61	Corp. Finan. Alba	CCC	CC	B	A
62	Vidrala	CC	CC	C	B
63	Prosegur	CC	CC	B	B
64	Elecnor	CC	CC	D	A
65	Prisa	CC	CC	C	A
66	Duro Felguera	CC	CC	D	A
67	Solaria	CC	C	D	A
68	Banco Guipuzcoano	CC	C	D	B
69	Metrovacesa	CC	C	C	C
70	Uralita	CC	C	D	A
71	Montebalito	CC	C	D	A
72	Funespaña	CC	C	C	B
73	Codere	CC	C	C	C
74	Zardoya Otis	CC	C	C	A
75	Laboratorios Rovi	C	C	D	C
76	Service Point Solutions	C	C	D	A
77	Campofrío	C	C	D	C
78	Grifols	C	C	D	B
79	Miquel & Costas	C	DDD	D	A
80	Unipapel	C	DDD	D	A

Apéndice I - Calificación global

Orden	Empresa	Calificación	Transparencia	Adecuación	Accesibilidad
81	Amper	C	DDD	D	C
82	Tubos Reunidos	C	DDD	D	B
83	Banco de Valencia	C	DDD	D	B
84	Tecnocom	C	DDD	D	D
85	Renta 4	C	DDD	D	C
86	Inmobiliaria Colonial	DDD	DDD	D	B
87	Vocento	DDD	DDD	C	B
88	Vértice 360	DDD	DDD	D	C
89	Cleop	DDD	DDD	D	C
90	Jazztel	DDD	DDD	D	D
91	Europac	DDD	DDD	D	C
92	Fersa	DDD	DDD	D	B
93	Dinamo	DDD	DDD	D	C
94	Natra	DDD	DDD	D	A
95	Nicolás Correa	DDD	DDD	D	A
96	Técnicas Reunidas	DDD	DD	D	B
97	Banco Pastor	DDD	DD	D	C
98	Ezentis	DDD	DD	D	C
99	Natraceútica	DDD	DD	D	A
100	Grupo San José	DDD	DD	D	B
101	Corporación Dermoestética	DDD	DD	D	B
102	Biosearch	DDD	DD	D	C
103	Lingotes Especiales	DD	DD	D	B
104	Fergo Aisa	DD	DD	D	C
105	Inbesós	DD	DD	D	B
106	Clinica Baviera	DD	DD	D	C
107	Indo	DD	DD	D	D
108	Azkoyen	DD	DD	D	C
109	Pescanova	DD	DD	D	C
110	Urbas	DD	DD	D	C
111	Vueling	DD	DD	D	C
112	Barón de Ley	DD	DD	D	C
113	FAES Farma	DD	DD	D	D
114	Cune	DD	DD	D	C
115	Bodegas Riojanas	DD	DD	D	C
116	Quabit	DD	DD	D	C
117	Prim	DD	DD	D	D
118	Reyal Urbis	D	D	D	C

Apéndice II – Orden Alfabético

Empresa	Orden	Calificación	Transparencia	Adecuación	Accesibilidad
Abengoa	34	BB	B	A	B
Abertis	16	A	BBB	A	A
Acciona	7	A	A	A	A
Acerinox	55	CCC	CCC	B	A
ACS	18	BBB	BBB	A	B
Adolfo Dominguez	43	B	B	D	A
Almirall	54	B	CCC	B	B
Amper	81	C	DDD	D	C
Antena 3 TV	15	A	BBB	A	A
Arcelor Mittal	17	A	BBB	B	A
Azkoyen	108	DD	DD	D	C
Banco de Valencia	83	C	DDD	D	B
Banco Guipuzcoano	68	CC	C	D	B
Banco Pastor	97	DDD	DD	D	C
Banco Popular	26	BBB	BB	A	A
Banco de Sabadell	30	BB	BB	A	A
Banco Santander	14	A	A	B	A
Banesto	20	BBB	BBB	A	A
Bankinter	42	B	B	A	A
Barón de Ley	112	DD	DD	D	C
BBVA	9	A	A	B	A
Befesa	45	B	B	C	B
Biosearch	102	DDD	DD	D	C
Bodegas Riojanas	115	DD	DD	D	C
Bolsas y Mercados	24	BBB	BB	A	A
CAF	35	BB	B	B	B
CAM	41	B	B	A	A
Campofrío	77	C	C	D	C
Catalana Occidente	46	B	B	C	A
Cementos Portland	44	B	B	B	B
Cepsa	59	CCC	CC	D	C
CIE Automotive	49	B	CCC	C	C
Cleop	89	DDD	DDD	D	C
Clinica Baviera	106	DD	DD	D	C
Codere	73	CC	C	C	C
Corp. Dermoestética	101	DDD	DD	D	B
Corp. Financiera Alba	61	CCC	CC	B	A
Criteria	25	BBB	BB	B	A
Cune	114	DD	DD	D	C
Dinamia	93	DDD	DDD	D	C

Apéndice II – Orden Alfabético

Empresa	Orden	Calificación	Transparencia	Adecuación	Accesibilidad
Duro Felguera	66	CC	CC	D	A
EADS	29	BB	BB	B	B
Ebro Foods	36	BB	B	B	C
Elecnor	64	CC	CC	D	A
Enagas	3	AA	AA	A	A
Ence	51	B	CCC	A	B
Endesa	12	A	A	A	A
Ercros	53	B	CCC	B	B
Europac	91	DDD	DDD	D	C
Ezentis	98	DDD	DD	D	C
FAES Farma	113	DD	DD	D	D
FCC	10	A	A	A	A
Fergo Aisa	104	DD	DD	D	C
Ferrovial	28	BBB	BB	B	A
Fersa	92	DDD	DDD	D	B
Fluidra	27	BBB	BB	A	B
Funespaña	72	CC	C	C	B
G.A.M.	40	B	B	C	B
Gamesa	13	A	A	A	A
Gas Natural	2	AA	AA	A	A
Grifols	78	C	C	D	B
Grupo San José	100	DDD	DD	D	B
Grupo Tavex	58	CCC	CC	B	B
Iberdrola	8	A	A	B	A
Iberdrola Renovables	6	A	A	B	A
Iberia	22	BBB	BB	B	A
Iberpapel	47	B	B	B	A
Inbesós	105	DD	DD	D	B
Inditex	21	BBB	BBB	A	A
Indo	107	DD	DD	D	D
Indra	31	BB	BB	C	A
Inmobiliaria Colonial	86	DDD	DDD	D	B
INYPSA	37	BB	B	C	A
Jazztel	90	DDD	DDD	D	D
Laboratorios Rovi	75	C	C	D	C
Lingotes Especiales	103	DD	DD	D	B
Mapfre	23	BBB	BB	D	A
Metrovacesa	69	CC	C	C	C
Miquel & Costas	79	C	DDD	D	A
Montealito	71	CC	C	D	A

Apéndice II – Orden Alfabético

Empresa	Orden	Calificación	Transparencia	Adecuación	Accesibilidad
Natra	94	DDD	DDD	D	A
Natraceútica	99	DDD	DD	D	A
NH Hoteles	50	B	CCC	D	A
Nicolás Correa	95	DDD	DDD	D	A
OHL	4	A	A	A	A
Pescanova	109	DD	DD	D	C
Prim	117	DD	DD	D	D
Prisa	65	CC	CC	C	A
Prosegur	63	CC	CC	B	B
Quabit	116	DD	DD	D	C
Realia	38	BB	B	C	A
Red Eléctrica	1	AA	AA	A	A
Renta 4	85	C	DDD	D	C
Renta Corporación	39	BB	B	B	B
Repsol	11	A	A	A	A
Reyal Urbis	118	D	D	D	C
Sacyr Vallehermoso	19	BBB	BBB	A	A
Service Point Solutions	76	C	C	D	A
Sniace	60	CCC	CC	B	A
Sol Meliá	52	B	CCC	B	C
Solaria	67	CC	C	D	A
SOS Corporación	32	BB	BB	A	A
Técnicas Reunidas	96	DDD	DD	D	B
Tecnocom	84	C	DDD	D	D
Telecinco	33	BB	BB	C	A
Telefonica	5	A	A	A	B
Tubacex	56	CCC	CCC	D	A
Tubos Reunidos	82	C	DDD	D	B
Unipapel	80	C	DDD	D	A
Uralita	70	CC	C	D	A
Urbas	110	DD	DD	D	C
Vértice 360	88	DDD	DDD	D	C
Vidrala	62	CC	CC	C	B
Viscofan	57	CCC	CC	C	C
Vocento	87	DDD	DDD	C	B
Vueling	111	DD	DD	D	C
Zardoya Otis	74	CC	C	C	A
Zeltia	48	B	CCC	B	B

Apéndice III – IBEX 35

Orden	Empresa	Calificación	Transparencia	Adecuación	Accesibilidad
1	Red Eléctrica	AA	AA	A	A
2	Gas Natural	AA	AA	A	A
3	Enagas	AA	AA	A	A
4	OHL	A	A	A	A
5	Telefonica	A	A	A	B
6	Iberdrola Renovables	A	A	B	A
7	Acciona	A	A	A	A
8	Iberdrola	A	A	B	A
9	BBVA	A	A	B	A
10	FCC	A	A	A	A
11	Repsol	A	A	A	A
12	Endesa	A	A	A	A
13	Gamesa	A	A	A	A
14	Banco Santander	A	A	B	A
15	Abertis	A	BBB	A	A
16	Arcelor Mittal	A	BBB	B	A
17	ACS	BBB	BBB	A	B
18	Sacyr Vallehermoso	BBB	BBB	A	A
19	Banesto	BBB	BBB	A	A
20	Inditex	BBB	BBB	A	A
21	Iberia	BBB	BB	B	A
22	Mapfre	BBB	BB	D	A
23	Bolsas y Mercados	BBB	BB	A	A
24	Criteria	BBB	BB	B	A
25	Banco Popular	BBB	BB	A	B
26	Ferrovial	BBB	BB	B	A
27	Banco de Sabadell	BB	BB	A	A
28	Indra	BB	BB	C	A
29	Telecinco	BB	BB	C	A
30	Abengoa	BB	B	A	B
31	Ebro Foods	BB	B	B	C
32	Bankinter	B	B	A	A
33	Acerinox	CCC	CCC	B	A
34	Grifols	C	C	D	B
35	Técnicas Reunidas	DDD	DD	D	B

Apéndice IV – Principio de Transparencia

Orden	Nombre empresa	Calificación
1	Red Eléctrica	AA
2	Gas Natural	AA
3	Enagas	AA
4	OHL	A
5	Telefonica	A
6	Iberdrola Renovables	A
7	Acciona	A
8	Iberdrola	A
9	BBVA	A
10	FCC	A
11	Repsol	A
12	Endesa	A
13	Gamesa	A
14	Banco Santander	A
15	Antena 3 TV	BBB
16	Abertis	BBB
17	Arcelor Mittal	BBB
18	ACS	BBB
19	Sacyr Vallehermoso	BBB
20	Banesto	BBB
21	Inditex	BBB
22	Iberia	BB
23	Mapfre	BB
24	Bolsas y Mercados	BB
25	Criteria	BB
26	Banco Popular	BB
27	Fluidra	BB
28	Ferrovial	BB
29	EADS	BB
30	Banco Sabadell	BB
31	Indra	BB
32	SOS Corporación	BB
33	Telecinco	BB
34	Abengoa	B
35	CAF	B
36	Ebro Foods	B
37	Inypsa	B
38	Realia	B
39	Renta Corporación	B
40	GAM	B
41	CAM	B

Apéndice IV – Principio de Transparencia

Orden	Nombre empresa	Calificación
42	Bankinter	B
43	Adolfo Domínguez	B
44	Cementos Portland	B
45	Befesa	B
46	Catalana Occidente	B
47	Iberpapel	B
48	Zeltia	CCC
49	Cie Automotive	CCC
50	NH Hoteles	CCC
51	Ence	CCC
52	Sol Melia	CCC
53	Ercros	CCC
54	Almirall	CCC
55	Acerinox	CCC
56	Tubacex	CCC
57	Viscofan	CC
58	Grupo Tavex	CC
59	Cepsa	CC
60	Sniace	CC
61	Corporacion Financiera Alba	CC
62	Vidrala	CC
63	Prosegur	CC
64	Elecnor	CC
65	Prisa	CC
66	Duro felguera	CC
67	Solaria	C
68	Banco Guipuzcoano	C
69	Metrovacesa	C
70	Uralita	C
71	Montebalito	C
72	Funespaña	C
73	Codere	C
74	Zardoya Otis	C
75	Laboratorios Rovi	C
76	Service Point Solutions	C
77	Campofrio	C
78	Grifols	C
79	Miquel y Costas	DDD
80	Unipapel	DDD
81	Amper	DDD
82	Tubos Reunidos	DDD

Apéndice IV – Principio de Transparencia

Orden	Nombre empresa	Calificación
83	Banco de Valencia	DDD
84	Tecnocom	DDD
85	Renta 4	DDD
86	Inmobiliaria Colonial	DDD
87	Vocento	DDD
88	Vertice 360	DDD
89	Cleop	DDD
90	Jazztel	DDD
91	Europac	DDD
92	Fersa	DDD
93	Dinamia	DDD
94	Natra	DDD
95	Nicolás Correa	DDD
96	Técnicas Reunidas	DD
97	Banco Pastor	DD
98	Ezentis	DD
99	Natraceutica	DD
100	Grupo San Jose	DD
101	Corporacion Dermoestetica	DD
102	Biosearch	DD
103	Lingotes Especiales	DD
104	Fergo Aisa	DD
105	Inbesos	DD
106	Clinica Baviera	DD
107	Indo	DD
108	Azkoyen	DD
109	Pescanova	DD
110	Urbas	DD
111	Vueling	DD
112	Baron de Ley	DD
113	Faes farma	DD
114	C.v.n.e.	DD
115	Bodegas Riojanas	DD
116	Quabit	DD
117	Prim	DD
118	Reyal urbis	D

Apéndice V – Principio de Adecuación

Orden	Empresa	Calificación
1	Bolsas y Mercados	A
2	Banco Sabadell	A
3	Telefonica	A
4	Banesto	A
5	Antena 3 TV	A
6	Ence	A
7	Fluidra	A
8	Bankinter	A
9	CAM	A
10	Red Eléctrica	A
11	Gas Natural	A
12	Enagas	A
13	OHL	A
14	Acciona	A
15	FCC	A
16	Repsol	A
17	Endesa	A
18	Abertis	A
19	ACS	A
20	Inditex	A
21	Banco Popular	A
22	SOS Corporacion	A
23	Gamesa	A
24	Sacyr Vallehermoso	A
25	Abengoa	A
26	Iberdrola Renovables	B
27	Iberdrola	B
28	EADS	B
29	Ebro Foods	B
30	Zeltia	B
31	Banco Santander	B
32	Criteria	B
33	Renta Corporacion	B
34	BBVA	B
35	Almirall	B
36	Acerinox	B
37	Grupo Tavex	B
38	Iberia	B
39	Ferrovial	B
40	Arcelor Mittal	B
41	CAF	B

Apéndice V – Principio de Adecuación

Orden	Empresa	Calificación
42	Iberpapel	B
43	Cementos Portland	B
44	Sol Melia	B
45	Ercros	B
46	Sniace	B
47	Prosegur	B
48	Corporacion Financiera Alba	B
49	Indra	C
50	Realia	C
51	GAM	C
52	Befesa	C
53	Cie Automotive	C
54	Vidrala	C
55	Catalana Occidente	C
56	Viscofan	C
57	Funespaña	C
58	Telecinco	C
59	Inypsa	C
60	Zardoya Otis	C
61	Metrovacesa	C
62	Codere	C
63	Vocento	C
64	Prisa	C
65	Laboratorios Rovi	D
66	Cepsa	D
67	Elecnor	D
68	Solaria	D
69	Service Point Solutions	D
70	Miquel y Costas	D
71	Amper	D
72	Banco de Valencia	D
73	Tecnocom	D
74	Renta 4	D
75	Inmobiliaria Colonial	D
76	Vertice 360	D
77	Jazztel	D
78	Ezentis	D
79	Grupo San Jose	D
80	Mapfre	D
81	Tubacex	D
82	Uralita	D

Apéndice V – Principio de Adecuación

Orden	Empresa	Calificación
83	Tubos Reunidos	D
84	Duro Felguera	D
85	Inbesos	D
86	Adolfo Domínguez	D
87	Montebalito	D
88	Campofrio	D
89	Lingotes Especiales	D
90	Vueling	D
91	NH Hoteles	D
92	Banco Guipuzcoano	D
93	Grifols	D
94	Cleop	D
95	Europac	D
96	Fersa	D
97	Dinamia	D
98	Natra	D
99	Nicolás Correa	D
100	Banco Pastor	D
101	Natraceutica	D
102	Biosearch	D
103	Fergo Aisa	D
104	Clinica Baviera	D
105	Azkoyen	D
106	Pescanova	D
107	Urbas	D
108	Baron de Ley	D
109	CUNE	D
110	Bodegas Riojanas	D
111	Prim	D
112	Unipapel	D
113	Técnicas Reunidas	D
114	Corporacion Dermoestetica	D
115	Indo	D
116	Faes Farma	D
117	Quabit	D
118	Reyal Urbis	D

Apéndice VI – Principio de Accesibilidad

Posición	Empresa	Calificación
1	Gamesa	A
2	Red Eléctrica	A
3	OHL	A
4	Mapfre	A
5	Inypsa	A
6	Acciona	A
7	Antena 3 TV	A
8	Sacyr Vallehermoso	A
9	Criteria	A
10	NH Hoteles	A
11	Gas Natural	A
12	Fluidra	A
13	Banco Sabadell	A
14	Iberdrola	A
15	Ferrovial	A
16	FCC	A
17	Endesa	A
18	Elecnor	A
19	Prisa	A
20	Enagas	A
21	Iberdrola Renovables	A
22	Abertis	A
23	Banesto	A
24	Telecinco	A
25	CAM	A
26	Bankinter	A
27	Adolfo Domínguez	A
28	Miquel y Costas	A
29	BBVA	A
30	Banco Santander	A
31	Acerinox	A
32	Duro Felguera	A
33	Service Point Solutions	A
34	Arcelor Mittal	A
35	Iberia	A
36	Uralita	A
37	Natraceutica	A
38	Realia	A
39	Catalana Occidente	A
40	Corporacion Financiera Alba	A

Apéndice VI – Principio de Accesibilidad

Posición	Empresa	Calificación
41	Montebalito	A
42	Nicolás Correa	A
43	Bolsas y Mercados	A
44	Indra	A
45	Solaria	A
46	Zardoya Otis	A
47	Natra	A
48	Repsol	A
49	Inditex	A
50	Unipapel	A
51	Sniace	A
52	SOS Corporacion	A
53	Iberpapel	A
54	Tubacex	A
55	Telefonica	B
56	ACS	B
57	Prosegur	B
58	Renta Corporacion	B
59	Ercros	B
60	Banco Popular	B
61	CAF	B
62	Ence	B
63	Funespaña	B
64	Banco Guipuzcoano	B
65	Inmobiliaria Colonial	B
66	Vocento	B
67	GAM	B
68	EADS	B
69	Befesa	B
70	Banco de Valencia	B
71	Corporacion Dermoestetica	B
72	Lingotes Especiales	B
73	Abengoa	B
74	Grifols	B
75	Tubos Reunidos	B
76	Grupo Tavex	B
77	Almirall	B
78	Vidrala	B
79	Fersa	B
80	Grupo San Jose	B

Apéndice VI – Principio de Accesibilidad

Posición	Empresa	Calificación
81	Inbesos	B
82	Zeltia	B
83	Cementos Portland	B
84	Técnicas Reunidas	B
85	Cie Automotive	C
86	Dinamia	C
87	Campofrio	C
88	Quabit	C
89	Cepsa	C
90	Renta 4	C
91	Sol Melia	C
92	Viscofan	C
93	Laboratorios Rovi	C
94	Vertice 360	C
95	Ezentis	C
96	Biosearch	C
97	Codere	C
98	Cleop	C
99	Metrovacesa	C
100	Amper	C
101	Banco Pastor	C
102	Azkoyen	C
103	Baron de Ley	C
104	Fergo Aisa	C
105	Bodegas Riojanas	C
106	Reyal Urbis	C
107	Ebro Foods	C
108	Europac	C
109	Clinica Baviera	C
110	CUNE	C
111	Vueling	C
112	Pescanova	C
113	Urbas	C
114	Tecnocom	D
115	Indo	D
116	Jazztel	D
117	Faes Farma	D
118	Prim	D