informe reporta 2011

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

DEVA
comunicación financiera sostenibilidad

www.deva.es

informe reporta 2011

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

Madrid, 2 de noviembre de 2011

© Informe Reporta
Edita: Deva.
Diseño y maquetación: QAR Comunicación.
Imprime: Service Point.
Edición no venal.

ÍNDICE

Resumen y conclusiones **5**
Qué es Informe Reporta
Resultados
Conclusiones
Justificación y metodología **11**
El *reporting* de las empresas españolas
Informe Reporta: concepto
Metodología
Calidad de la información **19**
Valoración media del IGBM
Composición de los grupos
Clasificación global
Clasificación del IBEX-35
Valoración por principios **31**
Contribución de los principios a la valoración total
Transparencia
Adecuación
Accesibilidad
Valoración por sectores **51**
Alimentación
Bienes de Consumo
Construcción
Inmobiliarias
Materiales Básicos
Petróleo y Energía
Productos Farmacéuticos
Servicios de Consumo
Servicios Financieros
Tecnología y Telecos
Epílogo, *Prof. Joaquín Garralda* **63**
La relevancia de la información no financiera en el *reporting* de las empresas
Índice alfabético de empresas **68**

Resumen y conclusiones

QUÉ ES INFORME REPORTA

Informe Reporta es un estudio de la calidad de la información que facilitan al mercado las sociedades que componen el Índice General de la Bolsa de Madrid (IGBM). Lo elabora un panel de expertos que 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.

La metodología se basa en tres principios, Transparencia, Adecuación y Accesibilidad, que se califican a partir de 30 indicadores. La puntuación máxima es de 100 puntos, de los que 70 corresponden a Transparencia, 15 a Adecuación y 15 a Accesibilidad.

Informe Reporta 2011 mide la calidad de la información financiera y no financiera (Ambiental, Social y Gobernanza - ASG), obligatoria y voluntaria y en cualquier soporte que las empresas del IGBM pusieron a disposición de sus accionistas en el momento de la celebración de la Junta General Ordinaria de Accionistas correspondiente al ejercicio 2010.

El estudio no valora el comportamiento de las empresas, sino su voluntad y capacidad de utilizar el *reporting* anual para la comunicación efectiva de su realidad, desempeño y perspectivas. Se fija especialmente en la publicación de información voluntaria, referente a responsabilidad corporativa y a algunos aspectos de gobierno corporativo, que tienen peso creciente en los modelos y directrices de *reporting* mejor considerados.

RESULTADOS

Valoración media del IGBM

La valoración media obtenida en 2011 es de 45,8 puntos, similar a la del año anterior, 45,4 puntos sobre 100. Sesenta y una empresas se sitúan por debajo de la puntuación media. Existe una gran dispersión entre las valoraciones máxima (83,7 puntos) y mínima (12,3 puntos), producto tanto de la heterogeneidad de las empresas analizadas, como de su elección estratégica a la hora de presentarse ante sus públicos.

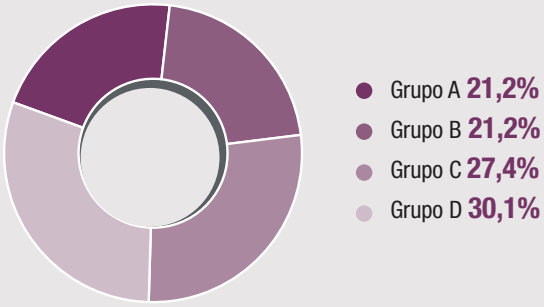
En 2011 siete empresas, todas del IBEX-35, obtienen puntuaciones superiores a 80 puntos, mientras que en 2010 solo fueron tres. Las siete empresas con calificación AA, superior a 80 puntos, son Iberdrola, Enagás, Red Eléctrica, Repsol, Endesa, Banco Santander y Gamesa. Al mismo tiempo, en 2011 aumenta a 22, el número de empresas con puntuación inferior a 20, que fueron 14 en 2010.

Valoración de los sectores

La mitad de los sectores de actividad superan al IGBM en calificación media, según se refleja en el gráfico 2. Se trata de Petróleo y Energía, Servicios Financieros, Construcción, Tecnología y Telecomunicaciones y Materiales Básicos e Industria.

Todos ellos mejoran su puntuación respecto al año pasado, en especial Teconología y Comunicaciones que se ha visto favorecido por la incorporación de Amadeus y la mejora significativa de Tecnocom.

GRÁFICO 1. COMPOSICIÓN DE LOS GRUPOS



Los principos en la valoración total

Se mantiene la estructura y los valores que se manifestaron en 2010. Solo 13 empresas obtienen puntuaciones que les permiten situarse en el Grupo A en cada uno de los tres principios que mide Informe Reporta.

Las 13 empresas que están en el Grupo A en los tres principios son:

Sector	Empresas
Petróleo y Energía	Iberdrola, Repsol, Gas Natural, Endesa, Red Eléctrica, Enagás
Materiales Básicos	Gamesa, Fluidra, Abengoa
Servicios Financieros	Banco Santander y Mapfre
Construcción	Acciona
Tecnología y Telecom.	Telefónica

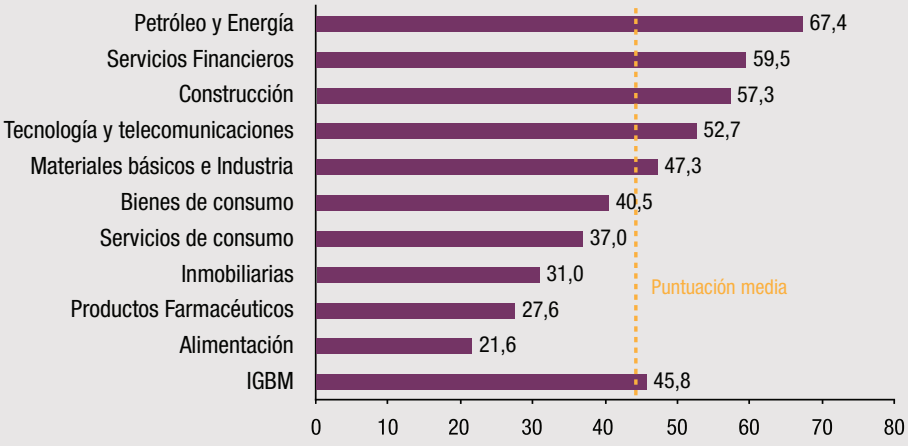
Principio de Transparencia

El principio de Transparencia mide hasta qué punto la información facilitada permite conocer la realidad de la empresa: su comportamiento, estrategia y futuro. Consta de dos bloques de información:

a) Información Financiera. Cubre la información general sobre la empresa y sus actividades, datos financieros y gobierno corporativo. Se trata de información con un alto grado de regulación.

b) Información de Responsabilidad Corporativa. Cubre los aspectos ASG (Ambiental, Social y Gobernanza) y es, hasta el momento, esencialmente voluntaria.

GRÁFICO 2. VALORACIÓN POR SECTORES



La valoración media es baja, 30,3 puntos sobre 70 puntos posibles. Las empresas del Grupo A han mejorado desde el año pasado en calidad y en número, desde 14 en 2010 hasta 21 en 2011 por la llegada de empresas procedentes del Grupo B. Los Grupos C y D permanecen igual.

El bloque de información estrictamente financiera representa el 65,5% de los puntos posibles. El bloque de información relativa a la responsabilidad corporativa representa el 35,5% del total posible y es este bloque el que empuja a la baja las puntuaciones de las empresas en Transparencia.

Santander, Banesto y BBVA son las mejores en transparencia financiera, que incluye información general y actividades, finanzas y gobierno corporativo. Iberdrola, Red Eléctrica e Indra son las mejores en información sobre Responsabilidad Corporativa.

Principio Adecuación

El principio de Adecuación se define como la capacidad de la empresa de informar de los temas que son relevantes para la empresa y también para sus grupos de interés. Se refiere principalmente a la información voluntaria y, como consecuencia, mejora la puntuación del grupo de empresas mejor calificado en Transparencia.

GRÁFICO 3. CONTRIBUCIÓN DE LOS PRINCIPIOS A LA VALORACIÓN TOTAL

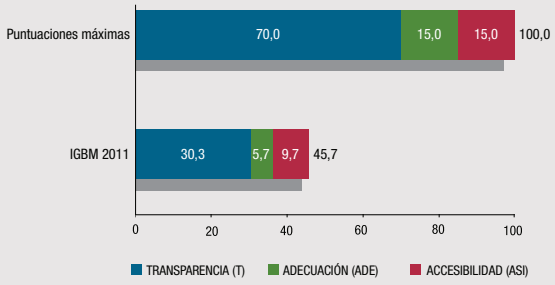
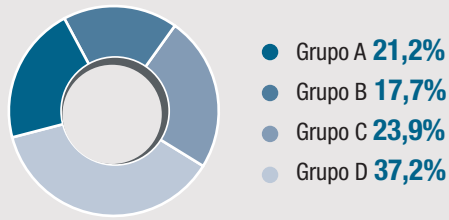


GRÁFICO 4. COMPOSICIÓN DE LOS GRUPOS - TRANSPARENCIA



Se trata de un principio que todavía no está plenamente integrado en los sistemas de *reporting*. De hecho, aunque hay 45 empresas que están en los Grupos A y B, las puntuaciones son muy bajas en el resto y, por tanto, la valoración media es de tan solo 5,7 puntos frente a los 15 posibles. Gamesa, Enagás y Endesa encabezan el grupo de 26 empresas que obtienen calificación A.

Principio de Accesibilidad

El principio de Accesibilidad se refiere a la claridad de la información financiera y ASG en los soportes y tecnologías disponibles y a la posibilidad de que cualquier persona pueda llegar a ella. Se analiza la calidad desde el punto de vista de *reporting*, no comercial o de producto.

En Accesibilidad, el 81,4% de las empresas analizadas se sitúan en los grupos A y B, el doble de lo que ocurría en Transparencia y Adecuación. La mayoría cumplen con los requisitos AA de la W3C, lo que implica un alto compromiso con la accesibilidad web, y muchas de ellas tienen certificaciones que lo acreditan. Iberdrola, Repsol y Santander son las mejores en este principio.

GRÁFICO 5. COMPOSICIÓN DE LOS GRUPOS - ADECUACIÓN

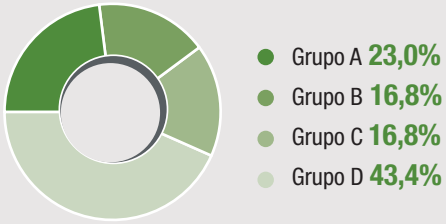
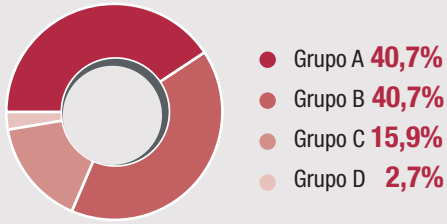


GRÁFICO 6. COMPOSICIÓN DE LOS GRUPOS - ACCESIBILIDAD



Conclusiones

- Se observa una tendencia de mejora en las empresas que se situaban en los primeros lugares de la clasificación en 2010, mientras que las situadas en los últimos lugares bajan respecto al mismo año.

- Las empresas españolas están incorporando muy lentamente las mejores prácticas de *reporting* existentes en otros mercados internacionales.

- Las empresas del IBEX-35, con cuatro excepciones, están repartidas en los Grupos A (22) y B (7). Las excepciones son Grifols (CCC) Acerinox (CCC), Técnicas Reunidas (C) y Ebro Foods (D). No están incluidas en el análisis Bankia e Iberia.

- Las empresas con mejor puntuación han comprendido el valor competitivo y reputacional que les añade responsabilidad, transparencia y el desarrollo de sus relaciones con sus grupos de interés. Estas empresas pertenecen en general a sectores de actividad con alto impacto ambiental y social, con presencia internacional y competidores muy avanzados en el desarrollo de su relación con sus grupos de interés.

- Sin embargo, los resultados de Informe Reporta parecen indicar que hay muchas empresas que no conceden mucha importancia a la comunicación como factor de diferenciación competitiva y de construcción de reputación.

- El elemento diferencial más importante es la calidad de la información voluntaria. En 2011 ha aumentado el número de sociedades que no han hecho referencia a la responsabilidad corporativa.

- Dado que la información voluntaria marca la diferencia en el principio de Transparencia, cabe esperar que la nueva legislación implique un aumento de la puntuación en los próximos años. El desarrollo de la información en responsabilidad corporativa dará lugar a un mayor desarrollo de la relación con los grupos de interés, aumentando también las puntuaciones en el principio de Adecuación.

- La fuerte penetración de las tecnologías de la información y la existencia de una exigente normativa en la materia, hacen que la puntuación del principio de Accesibilidad sea proporcionalmente mejor que los demás.

Justificación y metodología

EL *REPORTING* DE LAS EMPRESAS

Por segundo año Deva promueve Informe Reporta, una herramienta de diagnóstico y mejora de la calidad del *reporting* de las empresas cotizadas, convencida de que la información pública anual de las empresas es un elemento fundamental para la gestión de su reputación y su posicionamiento en el mercado.

La bolsa española es la cuarta de Europa por detrás de las grandes de su entorno europeo, Londres, Frankfurt y París, con un nivel de calidad operativo similar a éstas aunque con menor volumen y profundidad. Es un mercado complejo que reúne empresas de sectores, tamaño (capitalización y facturación), accionariado y alcance geográfico muy diverso y en el que conviven en los mismos índices bursátiles, sea el IGBM o el IBEX-35, 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. También hay diferencias en la elección de las empresas sobre su modelo de *reporting*. 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 bolsa española debe seguir las pautas de calidad y exigencia que marcan los mercados internacionales porque las fronteras se borran y los mercados también compiten entre sí para atraer a los inversores.

La información que las sociedades cotizadas ponen a disposición de sus grupos de interés tiene cuatro rasgos comunes, ya identificados en Informe Reporta 2010:

- La heterogeneidad en la forma, calidad, contenido y extensión de la información.
- La diversidad de destinatarios y usuarios de la información.
- 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 (Ambiental, Social y Gobernanza).

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.

INFORME REPORTA: CONCEPTO

Definición

Informe Reporta es un estudio de la calidad de la información que facilitan al mercado las sociedades 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 no es ni puede ser un *ranking*, porque cada empresa tiene su umbral de calidad de *reporting* propio, según sus características y su elección estratégica. Tampoco valora el comportamiento de la empresa ni la veracidad de la información. Informe Reporta aspira a ayudar a que las sociedades 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.

CUADRO DE EMPRESAS ANALIZADAS

Bienes de consumo
Adolfo Domínguez
Grupo Tavex
Inditex
Sniace

Prod. Farmacéuticos
Almirall
Biosearch
Faes Farma
Grifols
Laboratorios Rovi
Natraceutical Group
Prim
Zeltia

Construcción
Acciona
ACS
Cementos Portland
Cleop
FCC
Ferrovial
OHL
Sacyr Vallehermoso
Uralita
San José

Servicios de consumo
Abertis
Antena 3 tv
Clínica Baviera
Codere
Corp. Dermoestética
Funespaña
NH Hoteles
Prisa
Prosegur
Service Point
Sol Meliá
Mediaset
Vértice 360
Vocento
Vueling

Petróleo y energía
Cepsa
Enagás
Endesa
Enel Green Power
Fersa
Gas Natural Fenosa
Iberdrola
Montebalito
Red Eléctrica
Repsol
Solaria

Servicios financieros
Banco de Sabadell
Banco de Valencia
Banco Pastor
Banco Popular
Banco Santander
Banesto
Bankinter
BBVA
Bolsas y Mercados
Catalana Occidente
Corp. Financiera Alba
Criteria
Dinamia
Mapfre
Renta 4

Inmobiliarias
Inmobiliaria Colonial
Metrovacesa
NYESA
Quabit
Realia
Renta Corporación
Reyal Urbis
Urbas

Tecnol. y telecos
Amadeus
Amper
Grupo Ezentis
Indra
Jazztel
Tecnocom
Telefónica

Mat. básicos, industria
Abengoa
Acerinox
Arcelor Mittal
Azkoyen
CAF
Cie Automotive
Duro Felguera
EADS
Elecnor
Ercros
Fluidra
G.A.M.
Gamesa
Inypsa
La Seda de Barcelona
Lingotes Especiales
Nicolás Correa
Técnicas Reunidas
Tubacex
Tubos Reunidos
Zardoya Otis

Alimentación
Bodegas Riojanas
Barón de Ley
Campofrío
Deoleo
Ebro Foods
Natra
Pescanova
Viscofan

La mejora de la calidad del *reporting* facilitará a las sociedades la transmisión de su identidad, su manera de hacer y su lugar en la sociedad y repercutirá favorablemente en su reputación. La empresa con mejor reputación está mejor valorada por el mercado.

Alcance

Informe Reporta 2011 mide la calidad de la información financiera y no financiera (ASG), obligatoria y voluntaria y en cualquier soporte puesta a disposición del público con motivo de la Junta General Ordinaria de Accionistas correspondiente al ejercicio 2010 por las sociedades que formaban parte del IGBM al 30 de junio de 2011.

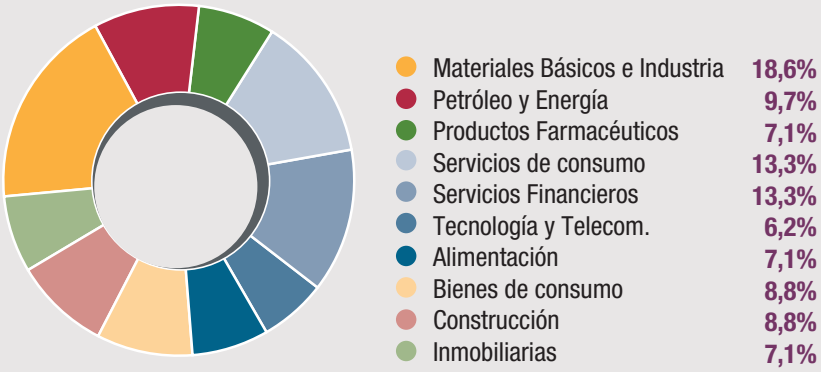
A efectos de análisis, las sociedades se han agrupado en diez sectores, siguiendo la clasificación sectorial del IGBM y desagregando los subsectores de Construcción, Inmobiliario, Alimentación y Productos Farmacéuticos, con el fin de conseguir grupos lo más homogéneos posibles dentro de la diversidad que caracteriza el IGBM.

La documentación analizada es la siguiente:

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)

GRÁFICO 7. COMPOSICIÓN DE LOS SECTORES



- 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 (recomendación)

b) Documentación voluntaria

- Informe de Actividades
- Informe de Responsabilidad Corporativa

METODOLOGÍA

La metodología de Informe Reporta tiene dos ejes principales:

- Un instrumento de medición, diseñado en 2010 y actualizado para esta segunda edición, basado en criterios e indicadores contrastados con los usuarios de información a través de una investigación cuantitativa y cualitativa, lo que garantiza la relevancia de los criterios que se miden.
- Un Panel de Expertos que participó en el diseño del instrumento, en sus mejoras y en la valoración de las puntuaciones, lo que garantiza la independencia y objetividad de la evaluación.

Instrumento de medición

El instrumento de medición se ha diseñado tomando como referencia principal las directrices y recomendaciones del Pacto Mundial de Naciones Unidas y el Global Reporting Initiative (GRI), los criterios de Dow Jones Sustainability Index (DJSI), FTSE4Good, Account Ability y las mejores prácticas de empresas líderes en materia de *reporting*.

Para la determinación de los principios e indicadores de valoración, 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 – , medios de comunicación y agentes del tercer sector en cuanto intermediarios entre las sociedades y sus audiencias más amplias como son inversores individuales, empleados, clientes y otros grupos de interés.

Para ello se realizaron una serie de entrevistas personales con cuestionarios abiertos siguiendo el guión temático previo establecido por el Panel de Expertos, con el objetivo de confirmar la validez de los principios de valoración y seleccionar los indicadores adecuados para su medición. Los resultados de las entrevistas se sometieron a un segundo test cualitativo de relevancia cuyo objetivo era cuantificar la importancia relativa de cada

principio y el peso específico que deberían tener en la escala de medición.

El instrumento de medición tiene un alto índice de fiabilidad porque se basa en las buenas prácticas de las sociedades y en las recomendaciones y criterios de fuentes autorizadas y tiene en cuenta las preocupaciones de los usuarios de la información.

Panel de Expertos

El Panel de Expertos ha sido coordinado por Marisol García-Bango, Directora de Reputación de Deva, y está formado por un grupo de especialistas en comunicación corporativa, finanzas, responsabilidad corporativa e investigación social:

- Joaquín Garralda. Licenciado en Ciencias Económicas, MBA por el Instituto de Empresa, ITP por la London Business School. Especialista en cultura interna de empresa y análisis estratégico, es Secretario de la Red Española del Pacto Mundial de Naciones Unidas, miembro de la Comisión Ética del Fondo Ético de Morgan Stanley (actualmente Invercaixa), miembro del Consejo Estatal de Responsabilidad Corporativa y patrón de la Fundación Lealtad. Ha compaginado su carrera docente con una intensa vida profesional como consultor de organización y estrategia en diversas compañías, directivo en PricewaterhouseCoopers y miembro de varios consejos de administración.

- Eva Pardo Herrasti. Licenciada en Economía, Experta Universitaria en RC y Doctoranda en Análisis Económico. Es coordinadora de proyectos de la Cátedra Telefónica – UNED de Responsabilidad Corporativa y Sostenibilidad. Ha sido asesora de la Presidencia Ejecutiva del Banco Centroamericano de Integración Económica. Ha participado en la realización de diferentes estudios, publicaciones y ponencias sobre RC e Inversión Socialmente Responsable.

- Alberto Rubio. Licenciado en Sociología y especialista en análisis estadístico con más de 10 años de experiencia en investigación social, organizacional y de mercados. Experto en SPSS.

- Ximena Sapaj. Licenciada en Psicología, investigadora con más de 20 años de experiencia en investigación social, organizacional y de mercados.

- Jaime Serrano. Licenciado en Periodismo por la Universidad Complutense de Madrid y experto en Usabilidad y Accesibilidad Web, ha desarrollado toda su carrera en empresas de consultoría y asesoría en internet. En la actualidad es Director de Estrategia en Cloud District.

Ficha técnica

El instrumento de medición mide la calidad de la información de las sociedades en base a tres principios y 30 indicadores.

Principio de Transparencia – 70 puntos

El principio de Transparencia mide hasta qué punto la información financiera y ASG facilitada permite conocer la realidad de la empre-

sa: su comportamiento pasado, su estrategia y sus perspectivas de futuro. El principio de Transparencia se aplica a dos bloques de indicadores:

a. Información financiera: incluye información general sobre las actividades de la compañía, datos financieros e información de gobierno corporativo. Se miden 11 indicadores.

b. 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.

Principio de Adecuación – 15 puntos

El principio de Adecuación mide hasta qué punto 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.

Principio de Accesibilidad – 15 puntos

El principio de Accesibilidad mide hasta qué punto la información que se pone a disposición de los públicos es clara, fácil de entender y asequible, utilizando las tecnologías y soportes disponibles. Se miden 6 indicadores.

Proceso de valoración

Los indicadores se puntúan según una escala de medición preestablecida y ajustada a las peculiaridades propias de cada indicador desde 0 (información inexistente) a 4 (información exhaustiva).

La puntuación se llevó a cabo por tres 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. La puntuación del equipo de analistas es la base utilizada por el panel de expertos para la evaluación cualitativa de la calidad de los informes y la capacidad de comunicación con inversores y demás grupos de interés.

Caracterización de grupos

Las empresas se clasifican 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 es escasa y está expuesta de modo superficial y estandarizado

Dentro de cada Grupo A, B, C y D, las mejores tienen una triple letra, las intermedias doble y las que tienen menor calificación una sola. Así, por ejemplo, las mejores dentro del Grupo A son AAA, las intermedias AA y las de menor calificación A. Las mejores del Grupo B son BBB, están muy cerca del Grupo A, las intermedias BB, las de menor calificación B y así sucesivamente en todos los grupos.

Calidad de la información

VALORACIÓN MEDIA DEL IGBM

La valoración media obtenida por las sociedades del IGBM en el año 2011 es de 45,8 puntos sobre una puntuación máxima de 100 puntos, similar a la obtenida en el año 2010 que fue de 45,4 puntos sobre 100:

Año	Máxima	Mínima	Media
2011	83,7	12,3	45,8
2010	82,9	10,0	45,4

Llama la atención la fuerte diferencia entre las valoraciones máxima, mínima y media que se debe a la composición del IGBM que incluye, junto a empresas de sectores punteros, de gran capitalización y expansión internacional, otras de mucho menor tamaño y ámbito local, y a la poca penetración real de las nuevas tendencias en materia del reporte de responsabilidad corporativa entre las empresas españolas.

Además, el modelo de *reporting*, la transparencia y el alcance de la rendición de cuentas es una elección voluntaria que las empresas hacen en función de su estrategia y del impacto social y medioambiental de sus actividades por lo que puede haber muchas diferencias entre empresas, al margen de su tamaño, internacionalización o experiencia bursátil.

De los resultados obtenidos en 2010 y 2011 se deduce que las empresas españolas están incorporando muy lentamente las mejores prácticas de *reporting* existentes en otros mercados internacionales y que son muchas las que no parecen dar importancia a la comunicación como factor de diferenciación competitiva y de construcción de reputación.

Si bien hay un número de sociedades que mejoran la calidad de su *reporting*, también hay un mayor número que empeora sus resultados. En general puede decirse que las buenas mejoran sus puntuaciones mientras que las malas empeoran.

- En 2010 tan solo tres sociedades obtenían puntuaciones totales mayores que 80 mientras que en 2011 son siete, todas ellas, como en 2010, pertenecientes al IBEX-35.

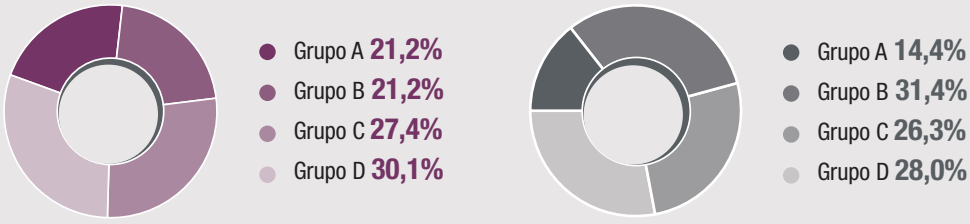
- En 2010 había 14 empresas por debajo de 20 puntos y en 2011 son 22.

- Tanto en 2010 como en 2011, el número de sociedades por debajo de la media ha sido de 61, en ambos casos más de la mitad del IGBM y más significativo en 2011 porque el número de empresas evaluadas ha bajado de 118 a 113.

Hay diversos aspectos que influyen en las valoraciones de 2011 respecto a 2010:

- En primer lugar, la mejora de la información voluntaria de varias sociedades en temas relacionados con gobierno corporativo, perspectivas de futuro de la empresa, estrategia y objetivos.

GRÁFICO 8. COMPOSICIÓN DE LOS GRUPOS 2011- 2010



2011 2010

- En segundo lugar, la calidad de la información referente a responsabilidad corporativa ha bajado. En 2011 ha habido varias sociedades que no han publicado informe anual de responsabilidad corporativa o sostenibilidad ni han hecho referencia a sus actuaciones en la materia a lo largo del año.

- El modelo de reporting que siguen las sociedades no incluye, salvo excepciones, la Adecuación como principio. Las empresas españolas no tienen en cuenta las demandas y necesidades de información de los distintos grupos de interés a la hora de seleccionar los temas sobre los que informan.

COMPOSICIÓN DE LOS GRUPOS

La composición de los grupos muestra que la calidad media del *reporting* de las sociedades del IGBM no ha mejorado respecto al año pasado y sigue siendo baja, principalmente en lo que se refiere a información voluntaria, en particular, como veremos más adelante, en determinados sectores de actividad.

Del cuadro anterior se desprende que el porcentaje de empresas en los grupos A y B ha descendido ligeramente, desde 45,8% en 2010 hasta 42,4% en 2011. El porcentaje de empresas en el Grupo C permanece prácticamente invariable, alrededor del 27%, mientras que el Grupo D aumenta desde el 28% al 30,1%. Se ha producido un desplazamiento por arriba del Grupo B al Grupo A y por abajo desde el Grupo B a los Grupos C y D.

Grupo A

El Grupo A reúne a las sociedades con mejores prácticas de *reporting*. En 2011 hay más sociedades en el Grupo A, 24 frente a 17 en el año 2010. Hay 11 sociedades que mejoran sus resultados respecto del año pasado y se desplazan del Grupo B al A.

Al igual que en 2010, no hay ninguna sociedad con AAA pero a cambio, siete consiguen AA frente a tan solo tres en 2010. Las nuevas AA son Iberdrola, Repsol, Endesa, Banco Santander y Gamesa además de Enagás y Red Eléctrica, que ya estuvieron en el subgrupo AA en 2010. Gas Natural desciende un escalón desde AA hasta A.

Las sociedades que conforman el Grupo A pertenecen a seis sectores de actividad: Petróleo y Energía, Servicios Financieros, Construcción, Materiales Básicos e Industria, Tecnología y Telecomunicaciones y Bienes de Consumo. Las sociedades del Grupo A tienen en común características como tamaño, exposición internacional, en términos de actividad y presencia geográfica y desde el punto de vista de mercados de capitales, y la pertenencia a sectores de alto impacto medioambiental y sensibilidad social.

Todas las sociedades del Grupo A pertenecen al IBEX-35 pero no todas las sociedades del IBEX-35 están en el Grupo A. Hay

algunas en el Grupo B (Amadeus, Popular y Sabadell, Criteria y Mediaset) en el Grupo C (Acerinox, Grifols y Técnicas Reunidas).

La mayoría pertenece al Dow Jones Sustainability Index (DJSI) y al FTSE4Good IBEX y son firmantes del Pacto Mundial. Todas publican informe de Responsabilidad Corporativa y 11 de ellas siguen las directrices GRI.

Es evidente que las empresas del Grupo A saben que tener la consideración de empresas responsables y transparentes y desarrollar relaciones fluidas con sus grupos de interés son factores importantes que añaden valor a la empresa.

Grupo B

En 2011 el Grupo B está formado por 24 sociedades frente a 37 el año pasado. En 2010, 11 han subido del Grupo B al Grupo A y seis del Grupo C al Grupo B. Por el contario, 11 han bajado del Grupo B a Grupos inferiores. Los casos más llamativos son

CUADRO RESUMEN GRUPOS A Y B

Sector	Grupo A	Grupo B	Grupo A+B
Alimentación	-	-	-
Bienes de consumo	1	2	3
Construcción	6	1	7
Inmobiliarias	-	1	1
Materiales Básicos	3	5	8
Petróleo y Energía	6	3	9
Productos Farmacéuticos	-	-	-
Servicios consumo	-	5	5
Servicios Financieros	6	5	11
Tecnología y Telecos	2	2	4
Total	**24**	**24**	**48**
IBEX-35	24	5	29
FTSE4Good IBEX	19	7	26
DJSI	17	2	19
Pacto Mundial	24	15	39
GRI	11	7	18

CAF, Ebro Foods y Deoleo (antigua SOS) que han pasado de BB en 2010 a DDD en 2011.

Las empresas del Grupo B pertenecen a ocho sectores de actividad. Las que mayor número de empresas aportan son Servicios de Consumo, Servicios Financieros y Materiales Básicos e Industria, que representan al 63% del total de sociedades del Grupo B. Algunas están muy próximas al Grupo A, hay ocho sociedades (Banco Popular, Abertis, Cementos Portland, Arcelor Mittal, Banco Sabadell, Amadeus, EADS y CEPSA) con una calificación de BBB.

Al igual que en el Grupo A, en el Grupo B la información sobre responsabilidad corporativa también marca la diferencia: siete sociedades siguen las directrices de GRI, y 18 son firmantes del Pacto Mundial. Cinco pertenecen al IBEX-35, dos al Dow Jones Sustainability Index (DJSI) y siete al FTSE-4Good IBEX.

CUADRO RESUMEN GRUPOS C Y D

Sector	Grupo C	Grupo D	Grupo C+D
Alimentación	1	7	8
Bienes de Consumo	4	3	7
Construcción	-	3	3
Inmobiliarias	3	4	7
Materiales Básicos	10	3	13
Petróleo y Energía	2	-	2
Productos Farmacéuticos	3	5	8
Servicios de Consumo	3	7	10
Servicios Financieros	3	1	4
Tecnología y Telecos	2	1	3
Total	31	34	65
IBEX-35	3	1	4
FTSE4Good IBEX	4	1	5
Dow Jones Sustainability	-	-	-
Global Compact	7	3	10
GRI	-	-	-

Grupos C y D

En los Grupos C y D están incluidas más de la mitad de las empresas que forman el IGBM: 65 empresas, una más que en el año 2010. De las 65, tan solo cuatro (Prosegur, Realia, Zardoya Otis y Viscofan) alcanzan calificaciones mayores que la media del IGBM. 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.

La información que ponen a disposición de sus accionistas es prácticamente la que cumple con el mínimo legal exigido. Nuevamente la información sobre Responsabilidad Corporativa es la que marca la diferencia, pero por su ausencia.

El Grupo C está formado por 31 empresas, de nueve sectores diferentes. Predominan las empresas que pertenecen al sector Materiales Básicos e Industria y al de Bienes de Consumo. Hay ocho que el año 2010 estaban en Grupo B y siete (Nicolás Correa, Banco Pastor, Fersa, Jazztel, Azkoyen, Quabit y Técnicas Reunidas) que suben desde el Grupo D.

Tres empresas de este grupo (Grifols, Acerinox y Técnicas Reunidas) pertenecen al IBEX-35 y cuatro (Prosegur, Prisa, Banco Pastor y Ence) al FTSE4Good IBEX pero ninguna al Dow Jones Sustainability Index (DJSI). Hay siete firmantes del Pacto Mundial (Adolfo Domínguez, Azkoyen, Ence, Ercros, Prisa, Prosegur y Tubacex). Ninguna de las empresas del Grupo C sigue las recomendaciones del GRI.

El Grupo D está formado por 34 empresas pertenecientes a ocho sectores de actividad. Es el grupo más numeroso de los cuatro y representa el 30,1% del IGBM frente al 27% en 2010. Predominan las empresas que pertenecen a los sectores, Alimentación y Servicios de Consumo, Productos Farmacéuticos e Inmobiliarias que son, como veremos más adelante, sectores con puntuación media más baja en prácticamente todos los principios que mide Informe Reporta.

Dentro del Grupo D, 23 de las 34 empresas son las mismas del año pasado. Hay siete (Sniace, Uralita, Funespaña, Servicepoint, Campofrío, Rovi, Miquel y Costas) que estaban en el Grupo C en 2010 y han bajado al Grupo D en 2011 y tres (CAF, Ebro Foods y Deoleo) que bajan desde el Grupo B al Grupo D.

Ninguna empresa de los Grupos C y D pertenecen al Dow Jones Sustainability Index ni tampoco ninguna sigue las directrices de GRI. Hay una (Ebro Foods) que pertenece al IBEX-35, una (Deoleo) al FTSE4Good IBEX y tres (Ebro Foods, Deoleo y Vocento) que son firmantes el Pacto Mundial.

A diferencia de las empresas de los Grupos A y B, las empresas de los Grupos C y D no parecen valorar la importancia de la comunicación como instrumento para construir la reputación de la empresa y mejorar su posición competitiva en el mercado.

CLASIFICACIÓN GLOBAL

2010	2011	Empresa	Calificación Global	Transparencia	Adecuación	Accesibilidad
8	1	Iberdrola	AA	A	A	A
3	2	Enagás	AA	A	A	A
1	3	Red Eléctrica	AA	A	A	A
11	4	Repsol	AA	A	A	A
12	5	Endesa	AA	A	A	A
14	6	Banco Santander	AA	A	A	A
13	7	Gamesa	AA	A	A	A
9	8	BBVA	A	A	A	B
2	9	Gas Natural	A	A	A	A
5	10	Telefónica	A	A	A	A
4	11	OHL	A	A	B	A
7	12	Acciona	A	A	A	A
34	13	Abengoa	A	A	A	A
20	14	Banesto	A	A	A	B
31	15	Indra	A	A	D	A
10	16	FCC	A	A	A	B
19	17	Sacyr Vallehermoso	A	A	B	A
28	18	Ferrovial	A	A	B	A
23	19	Mapfre	A	A	A	A
27	20	Fluidra	A	A	A	A
21	21	Inditex	A	B	A	A
18	22	ACS	A	A	B	B
24	23	Bolsas y Mercados	A	B	A	B
42	24	Bankinter	A	A	B	B
26	25	Banco Popular	BBB	A	A	B
16	26	Abertis	BBB	B	A	A
44	27	Cementos Portland	BBB	B	A	B
17	28	Arcelor Mittal	BBB	A	A	C
30	29	Banco Sabadell	BBB	B	B	A
	30	Amadeus	BBB	B	B	A

CLASIFICACIÓN GLOBAL

2010	2011	Empresa	Calificación Global	Transparencia	Adecuación	Accesibilidad
29	31	EADS	BBB	B	B	B
59	32	CEPSA	BBB	B	A	B
47	33	Iberpapel	BB	B	A	A
84	34	Tecnocom	BB	B	B	B
62	35	Vidrala	BB	B	A	C
	36	Enel Green Power	BB	B	C	B
15	37	Antena 3 TV	BB	B	B	A
52	38	Sol Meliá	BB	B	A	B
25	39	Criteria	BB	B	B	A
50	40	NH Hoteles	BB	B	B	B
46	41	Catalana Occidente	B	B	C	A
49	42	Cie Auto motive	B	B	B	A
69	43	Metrovacesa	B	C	B	A
33	44	Mediaset	B	C	B	A
64	45	Elector	B	C	B	A
37	46	Enyesa	B	C	C	B
61	47	Corporación Alba	B	B	D	A
67	48	Solaria	B	C	C	A
63	49	Prosegur	CCC	C	B	A
38	50	Realia	CCC	C	C	A
74	51	Zardoya Otis	CCC	B	C	C
48	52	Zeltia	CCC	C	C	A
57	53	Viscofan	CCC	C	D	B
95	54	Nicolás Correa	CCC	C	C	B
78	55	Grifols	CCC	C	D	B
53	56	Ercros	CCC	C	D	B
43	57	Adolfo Domínguez	CCC	C	C	C
55	58	Acerinox	CCC	C	C	A
54	59	Almirall	CCC	C	D	A
65	60	Prisa	CC	C	C	B

CLASIFICACIÓN GLOBAL

2010	2011	Empresa	Calificación Global	Transparencia	Adecuación	Accesibilidad
97	61	Banco Pastor	CC	C	D	B
56	62	Tubacex	CC	C	C	B
92	63	Fersa	CC	D	B	B
39	64	Renta Corporación	CC	C	C	A
83	65	Banco de valencia	CC	C	D	A
66	66	Duro Felguera	CC	C	D	B
81	67	Amper	CC	C	D	A
71	68	Montebalito	CC	C	C	B
58	69	Tavex Algodonera	CC	C	C	C
85	70	Renta 4	C	C	D	A
90	71	Jazztel	C	D	D	A
80	72	Unipapel	C	C	D	D
40	73	G.A.M.	C	D	C	B
51	74	Ence	C	C	D	B
73	75	Codere	C	D	C	C
108	76	Azkoyen	C	D	C	B
116	77	Quabit	C	D	D	A
82	78	Tubos Reunidos	C	D	B	D
96	79	Técnicas Reunidas	C	D	D	B
103	80	Lingotes Especiales	DDD	D	D	B
76	81	Service Point	DDD	D	D	C
86	82	Inmobiliaria Colonial	DDD	D	C	B
	83	La Seda de Barcelona	DDD	D	D	B
93	84	Dinamia	DDD	D	D	B
35	85	C.A.F.	DDD	D	D	B
60	86	Sniace	DDD	D	D	B
88	87	Vertice 360	DDD	D	D	A
100	88	San José	DDD	D	D	B
70	89	Uralita	DDD	D	D	C
36	90	Ebro Foods	DDD	D	D	A

CLASIFICACIÓN GLOBAL

2010	2011	Empresa	Calificación Global	Transparencia	Adecuación	Accesibilidad
32	91	Deoleo	DDD	D	D	B
77	92	Campofrío	DD	D	D	A
113	93	FAES	DD	D	D	B
91	94	Europac	DD	D	D	B
118	95	Reyal Urbis	DD	D	D	B
99	96	Natraceutical	DD	D	D	B
87	97	Vocento	DD	D	D	B
106	98	Clínica Baviera	DD	D	D	B
109	99	Pescanova	DD	D	D	C
115	100	Bodegas Riojanas	DD	D	D	B
102	101	Biosearch Life	DD	D	D	C
75	102	Rovi	DD	D	D	B
98	103	Ezentis	D	D	D	A
79	104	Miquel y Costas	D	D	D	C
101	105	Corp. Dermoestética	D	D	D	B
112	106	Barón de Ley	D	D	D	C
89	107	Cleop	D	D	D	C
94	108	Natra	D	D	D	C
111	109	Vueling	D	D	D	D
105	110	Nyesa	D	D	D	C
110	111	Urbas	D	D	D	C
117	112	Prim	D	D	D	C
72	113	Funespaña	D	D	D	C

POSICIONAMIENTO DEL IBEX-35

2010	2011	Empresa	Calificación Global	Transparencia	Adecuación	Accesibilidad
8	1	Iberdrola	AA	A	A	A
3	2	Enagás	AA	A	A	A
1	3	Red Eléctrica	AA	A	A	A
11	4	Repsol	AA	A	A	A
12	5	Endesa	AA	A	A	A
14	6	Banco Santander	AA	A	A	A
13	7	Gamesa	AA	A	A	A
9	8	BBVA	A	A	A	B
2	9	Gas Natural	A	A	A	A
5	10	Telefónica	A	A	A	A
4	11	OHL	A	A	B	A
7	12	Acciona	A	A	A	A
34	13	Abengoa	A	A	A	A
31	15	Indra	A	A	D	A
10	16	FCC	A	A	A	B
19	17	Sacyr Vallehermoso	A	A	B	A
28	18	Ferrovial	A	A	B	A
23	19	Mapfre	A	A	A	A
21	21	Inditex	A	B	A	A
18	22	ACS	A	A	B	B
24	23	Bolsas y Mercados	A	B	A	B
42	24	Bankinter	A	A	B	B
26	25	Banco Popular	BBB	A	A	B
16	26	Abertis	BBB	B	A	A
17	28	Arcelor Mittal	BBB	A	A	C
30	29	Banco Sabadell	BBB	B	B	A
	30	Amadeus	BBB	B	B	A
25	39	Criteria	BB	B	B	A
33	44	Mediaset	B	C	B	A
78	55	Grifols	CCC	C	D	B
55	58	Acerinox	CCC	C	C	A
96	79	Técnicas Reunidas	C	D	D	B
36	90	Ebro Foods	DDD	D	D	A

Faltan en esta clasificación:

- Iberia (ahora IAG) porque el *reporting* de este ejercicio no es comparable como consecuencia de la fusión.
- Caixabank, que está evaluada como Criteria.
- Bankia que no formaban parte del IBEX-35 en el momento de la evaluación.

Valoración de los principios

CONTRIBUCIÓN 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.

El gráfico 9 muestra la contribución media de cada uno de los principios a la valoración global, en los años del 2010 y 2011. La primera barra indica la puntuación máxima posible en cada principio, como referencia. Las dos siguientes muestran la contribución obtenida por cada principio a la valoración media de las empresas del IGBM en los años 2011 y 2010. El Principio de Transparencia es el que tiene más peso específico en el instrumento de medición, con 70 puntos sobre 100.

Las diferencias de puntuaciones de un año a otro, reflejadas en la Tabla de Puntuación 2011/2010 (pág. 33, abajo), no son significativas.

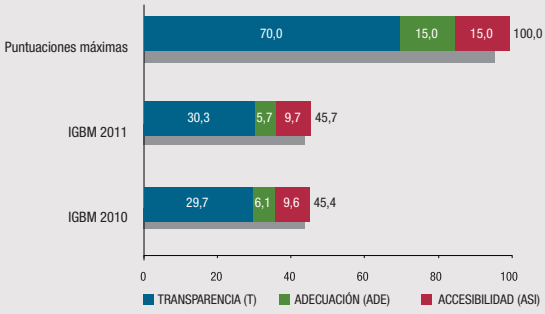
Al igual que en 2010, el principio de Transparencia presenta una puntuación media muy baja, inferior a la mitad de los puntos posibles. Si bien es cierto que las puntuaciones medias son bajas en todos los grupos de valoración, dado que gran parte de la información que se mide en el Principio de Transparencia es reglada, hubiera sido de esperar que los resultados fueran más altos.

Por su parte, el principio de Adecuación obtiene también menos de la mitad de los puntos posibles, 5,7 sobre 15, algo menos que en 2010. Estos resultados no resultan tan llamativos al tratarse fundamentalmente de información que la empresa de forma voluntaria hace pública y por tratarse de un concepto emergente en los modelos de *reporting*.

Para el principio de Accesibilidad, en los dos años persiste una media más cercana a la puntuación máxima que es posible obtener, lo que probablemente guarde relación, como ya se dijo el año pasado, con el desarrollo de las tecnologías de la información y la extensión de los requisitos legales de accesibilidad.

Es significativo señalar que de las 113 empresas analizadas en el año 2011, solo 13 obtienen puntuaciones que les permiten situarse en el Grupo A de calificación en cada uno de los tres principios que mide Informe Reporta, Transparencia, Adecuación y Accesibilidad.

GRÁFICO 9. CONTRIBUCIÓN DE LOS PRINCIPIOS A LA VALORACIÓN TOTAL



EMPRESAS EN LOS GRUPOS A EN LOS TRES PRINCIPIOS

Sector	Empresas
Petróleo y Energía	Iberdrola, Repsol, Gas Natural, Endesa, Red Eléctrica, Enagás
Materiales Básicos	Gamesa, Fluidra, Abengoa
Servicios Financieros	Banco Santander y Mapfre
Construcción	Acciona
Tecnología y Telecom.	Telefónica

PRINCIPIO DE TRANSPARENCIA

Definición

El principio de Transparencia mide hasta qué punto la información facilitada permite conocer la realidad de la empresa: su comportamiento, estrategia y futuro. Consta de dos bloques de información:

c) Información financiera. Cubre la información general sobre la empresa y sus actividades, datos financieros y gobierno corporativo. Estos tres aspectos se engloban en el término Transparencia Financiera que cuenta con un alto grado de regulación en cuanto a su contenido.

d) Información de responsabilidad corporativa. Cubre los aspectos ASG (Ambiental, Social y Gobernanza) y es, hasta el momento, esencialmente voluntaria.

Valoración media

La valoración media del principio de Transparencia para el conjunto del IGBM es de 30,4 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, tanto en el año 2010 como en 2011. Lo que otra vez nos indica que las empresas del IGBM añaden poca información adicional y que la información sobre responsabilidad corporativa, voluntaria, continúa siendo muy limitada.

Los resultados totales de Informe Reporta 2011 son similares a los de 2010: 46 em-

TABLA DE PUNTUACIÓN 2011/2010

	Transparencia	Adecuación	Accesibilidad
Puntuación máxima	70	15	15
Media 2011	30,4	5,7	9,7
Media 2010	29,7	6,1	9,6

presas superan la media de puntuación, una menos que en el año 2010. Aumenta el número de empresas que mejoran en Transparencia pero se compensa con el número de empresas que bajan.

El Grupo A está formado por 24 empresas con una puntuación media de 53,5 puntos sobre 70 posibles. En 2010 la calificación media fue de 52,9 puntos sobre 70 posibles. Las empresas más transparentes son Red Eléctrica y Enagás, ambas con resultados similares a 2010, e Indra, que mejora notablemente respecto a 2010.

En el Grupo B hay 20 empresas con una puntuación media de 42,2 puntos 13 menos que el año 2010 en el que la puntuación media fue de 41,1 puntos sobre 70. La mejor del Grupo B es Banco Sabadell que ha pasado de BB en 2010 a BBB en 2011.

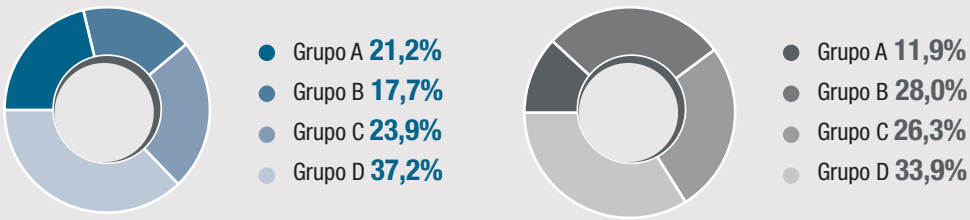
Las restantes empresas del IGBM – 69 empresas, dos menos que en 2010 – están en los Grupos C y D con puntuaciones bajas, muy inferiores a la mitad de los puntos posibles y por debajo de la media del IGBM.

La mayoría del IGBM se limita a cumplir los mínimos legales y no se esfuerza en facilitar a sus grupos de interés el conocimiento de la realidad de la empresa en toda su extensión.

Valoración por sectores

El gráfico 11 muestra la calificación del Principio de Transparencia por sectores y compara los resultados de 2011 con los de 2010. La última barra muestra las puntuaciones medias del total del IGBM.

GRÁFICO 10. COMPOSICIÓN DE LOS GRUPOS - TRANSPARENCIA



2011 2010

De los diez sectores en los que se divide el IGBM, la mitad presenta puntuaciones medias por encima de la media total para el Principio de Transparencia. En la parte alta destacan las subidas en las puntuaciones medias de los sectores de Servicios Financieros (+7,7 puntos) y Tecnología y Telecomunicaciones (+6,6).

En el caso de Servicios Financieros, se nota el esfuerzo realizado en un contexto muy complicado para el sector. En el caso de Tecnología y Telecomunicaciones, la mejora se explica por el cambio en la composición del sector, con la incorporación de Amadeus, y la mejora de Indra y Tecnocom.

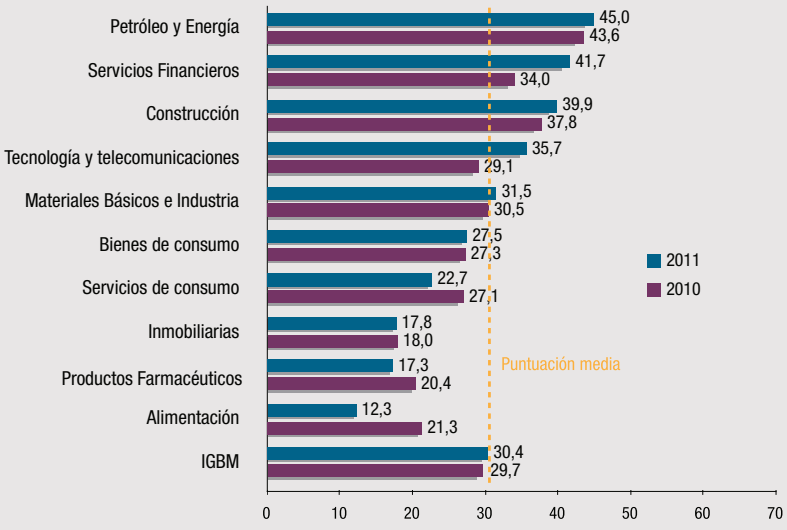
En la parte baja, destacan los descensos sufridos por los sectores Alimentación (-9), Servicios de Consumo (-4,4) y Productos Farmacéuticos (-3,1), todos ellos sectores cuyo éxito está muy vinculado a su reputación y a la confianza de sus públicos.

Transparencia Financiera y RC

El gráfico 12 muestra la contribución relativa de los dos bloques de información (Transparencia Financiera y Responsabilidad Corporativa) a la valoración media del principio de Transparencia en las empresas del IGBM. La primera barra indica, como referencia, la puntuación máxima posible en cada principio y las dos siguientes muestran la contribución relativa de cada uno.

La contribución de la Transparencia Financiera para el conjunto del IGBM en 2011, es del 65,6%, de la puntuación total en Transparencia. En las empresas que obtienen al-

GRÁFICO 11. TRANSPARENCIA POR SECTORES



tas puntuaciones en Transparencia, la contribución de la Transparencia Financiera es menor porque informan adecuadamente de Responsabilidad Corporativa y, por tanto, la contribución de la Transparencia Financiera tiende a igualarse con la correspondiente a Responsabilidad Corporativa.

En cambio, en los Grupos C y D, la Transparencia Financiera gana protagonismo en la puntuación total por la reducción de la contribución de Transparencia en Responsabilidad Corporativa, aspecto en el que las empresas de los Grupos C y D obtienen una puntuación muy baja.

Transparencia Financiera

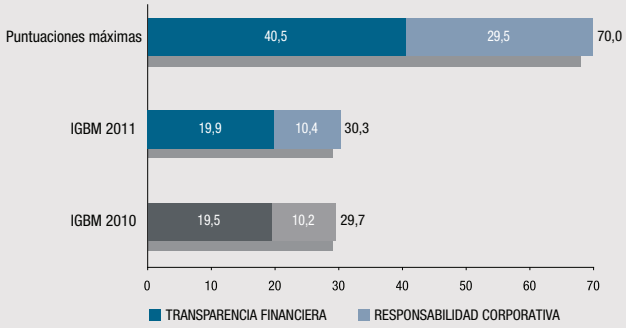
Al valorar la Transparencia Financiera, hemos analizado una serie de factores que contribuyen a dar una imagen exacta de la realidad de la empresa y que facilitan la comprensión de su actividad, resultados y perspectivas de futuro como son:

1. Descripción de las actividades de la empresa, líneas de negocio, expansión geográfica y su contribución a los resultados.

2. Magnitudes financieras, operaciones relevantes, tendencias macroeconómicas y sectoriales, evolución, y desglose de ingresos y resultados por mercados y líneas de negocio, ratios financieros comparados, evolución de la acción y del dividendo.

3. Estrategia: objetivos y plazos, consolidados y por línea de negocio, descripción de

GRÁFICO 12. CONTRIBUCIÓN DE LA TRANSPARENCIA FINANCIERA Y LA RESPONSABILIDAD CORPORATIVA



los puntos fuertes y débiles de la posición de mercado, etc.

4. Gobierno corporativo, en particular las remuneraciones de consejeros y directivos.

El gráfico 13 muestra la composición de los grupos en Transparencia Financiera.

En el Grupo A de Transparencia Financiera hay 25 empresas. El número uno, que repite del año pasado, es Banco Santander seguido por Banesto y BBVA (el año pasado, la segunda y la tercera plaza eran para Iberdrola Renovables y Red Eléctrica).

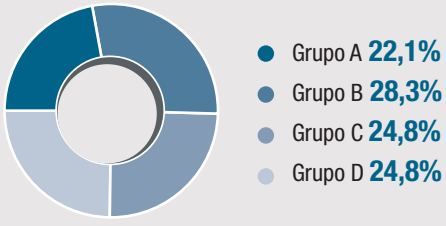
En el otro extremo, el Grupo D está formado por 28 empresas, lo que quiere decir que una cuarta parte de las empresas del IGBM se limita a cumplir con el mínimo legal exigido.

Transparencia Financiera por sectores

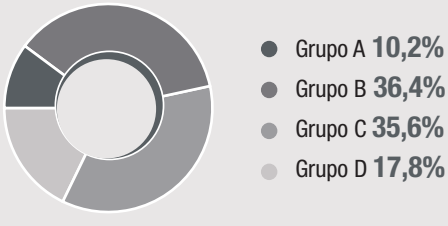
La puntuación media de Transparencia Financiera en 2011 es 19,9 puntos, algo menos de la mitad de la puntuación máxima posible, 40,5 puntos, y similar a la del año 2010.

En 2011 cinco sectores de actividad, los mismos que en 2010, superan las puntaciones medias en Transparencia Financiera. Petróleo y Energía (27,5 puntos) se sitúa con la media más alta seguido de muy de cerca por Servicios Financieros (26,7) que ha mejorado de forma significativa sus puntuaciones respecto al año 2010, donde figuraba en cuarto lugar.

GRÁFICO 13. COMPOSICIÓN DE LOS GRUPOS – TRANSPARENCIA FINANCIERA



2011



2010

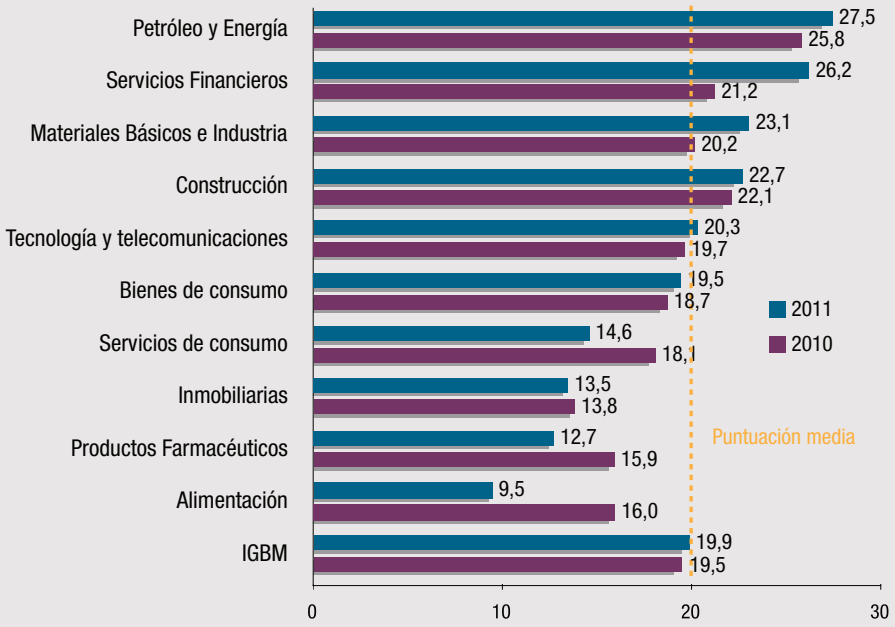
Los sectores Materiales Básicos e Industria y Construcción, también mejoran y obtienen una puntuación algo superior a 2010. Por el contrario, los sectores que se encuentran por debajo de la media empeoran respecto a 2010. El más significativo es el sector de Alimentación, que disminuye en 6 puntos respecto a 2010.

Responsabilidad Corporativa

La Transparencia en Responsabilidad Corporativa se define por la información que la empresa pública 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 internos como externos. Es, en su mayoría, información voluntaria y supone un 30% de la puntuación en el principio de Transparencia.

En 2011, el número de empresas en el Grupo A ha aumentado respecto a 2010 y está ahora formado por 26 empresas, nueve más que en 2010. El aumento de empresas en el Grupo A parece indicar cierta mejora en el *reporting* de las empresas españolas en la materia, pero lo cierto es que los Grupos C y D, con una información voluntaria incompleta representan más de la mitad del IGBM. Se repite aquí lo observado en otros indicadores: las empresas mejor posicionadas están mejorando, las peor posicionadas siguen empeorando.

GRÁFICO 14. TRANSPARENCIA FINANCIERA POR SECTORES



Las empresas líderes en Transparencia en Responsabilidad Corporativa son: Indra, Red Eléctrica e Iberdrola, que este año ocupa, además, el primer puesto en la calificación global. Es notable el progreso experimentado por Indra, que pasa desde el puesto 19 en 2010 al primero en 2011, y por Inditex, que pasa del 18 en 2010 al cuarto en 2011.

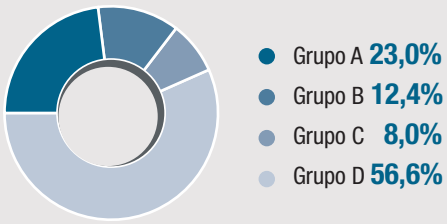
Transparencia en RC por sectores

La puntuación media en Transparencia en Responsabilidad Corporativa en 2011 es de 10,4 puntos, prácticamente igual que el año pasado, sobre un máximo posible de 29,5. Es evidente que las prácticas de *reporting* en esta área son claramente mejorables.

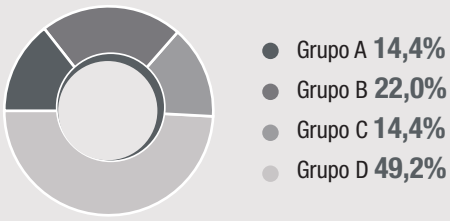
El gráfico 16 muestra la valoración media por sector del Principio de Transparencia aplicado a la Responsabilidad Corporativa.

Un año más el sector de Petróleo y Energía es el que obtiene las mejores puntuaciones medias, seguido por Construcción y Servicios Financieros. El sector de Tecnología y Telecomunicaciones aumenta notablemente su media en seis puntos. Disminuyen sus puntuaciones medias de forma significativa el sector de Alimentación y menos intensamente Materiales Básicos e Industria, Servicios de Consumo y Bienes de Consumo.

GRÁFICO 15. COMPOSICIÓN DE LOS GRUPOS - RESPONSABILIDAD CORPORATIVA

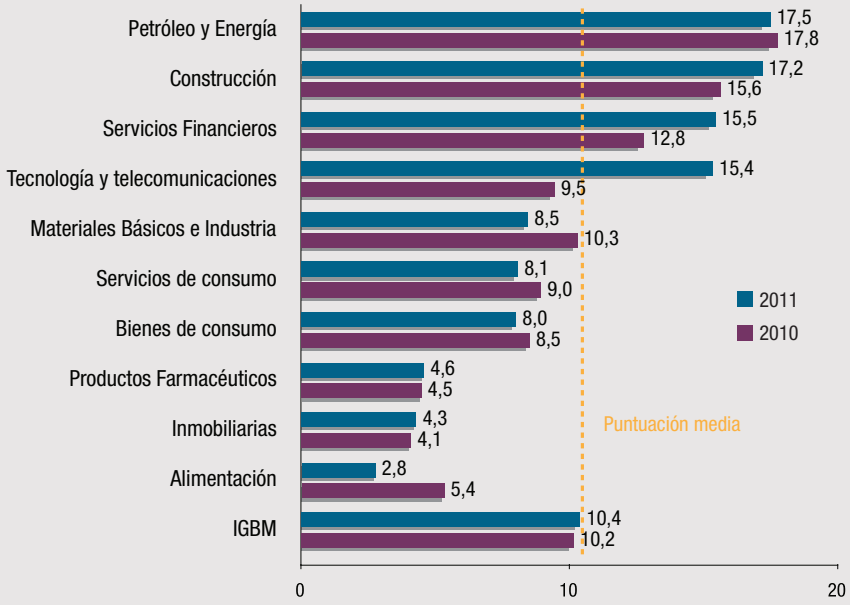


2011



2010

GRÁFICO 16. RESPONSABILIDAD CORPORATIVA POR SECTORES



CLASIFICACIÓN POR PRINCIPIO DE TRANSPARENCIA

Orden	Empresa	Calificación	Orden	Empresa	Calificación
1	Red Eléctrica	A	19	Arcelor Mittal	A
2	Enagás	A	20	Mapfre	A
3	Indra	A	21	Gas Natural	A
4	BBVA	A	22	Bankinter	A
5	Banco Santander	A	23	Fluidra	A
6	Endesa	A	24	Banco Popular	A
7	Repsol	A	24	Banco Popular	A
8	Iberdrola	A	25	Banco Sabadell	B
9	OHL	A	26	Inditex	B
10	Banesto	A	27	Bolsas y Mercados	B
11	Sacyr Vallehermoso	A	28	Amadeus	B
12	Gamesa	A	29	Abertis	B
13	Telefónica	A	30	EADS	B
14	Acciona	A	31	Cementos portland	B
15	Ferrovial	A	32	CEPSA	B
16	ACS	A	33	Tecnocom	B
17	Abengoa	A	34	Vidrala	B
18	FCC	A	35	Enel Green Power	B

CLASIFICACIÓN POR PRINCIPIO DE TRANSPARENCIA

Orden	Empresa	Calificación	Orden	Empresa	Calificación
36	Iberpapel	B	75	Codere	D
37	Catalana Occidente	B	76	Técnicas Reunidas	D
38	NH Hoteles	B	77	Azkoyen	D
39	Antena 3 TV	B	78	Tubos Reunidos	D
40	Corporación Alba	B	79	Service Point	D
41	Criteria	B	80	Lingotes Especiales	D
42	Sol Meliá	B	81	La Seda de Barcelona	D
43	Zardoya Otis	B	82	C.A.F.	D
44	Cie Automotive	B	83	Dinamia	D
45	Inypsa	C	84	Quabit	D
46	Metrovacesa	C	85	San José	D
47	Mediaset	C	86	Sniace	D
48	Solaria	C	87	Inmobiliaria Colonial	D
49	Ercros	C	88	Vértice 360	D
50	Elecnor	C	89	Uralita	D
51	Grifols	C	90	Reyal Urbis	D
52	Viscofan	C	91	FAES	D
53	Adolfo Domínguez	C	92	Deoleo	D
54	Realia	C	93	Europac	D
55	Unipapel	C	94	Pescanova	D
56	Zeltia	C	95	Natraceutical	D
57	Banco pastor	C	96	Biosearch Life	D
58	Nicolás Correa	C	97	Clínica Baviera	D
59	Almirall	C	98	Ebro Foods	D
60	Prosegur	C	99	Miquel y Costas	D
61	Acerinox	C	100	Rovi	D
62	Tubacex	C	101	Vocento	D
63	Banco de Valencia	C	102	Natra	D
64	Prisa	C	103	Vueling	D
65	Renta 4	C	104	Barón de Ley	D
66	Amper	C	105	Cleop	D
67	Duro Felguera	C	106	Campofrío	D
68	Tavex Algodonera	C	107	Bodegas Riojanas	D
69	Montebalito	C	108	Corporación Dermoestética	D
70	Ence	C	109	Nyesa	D
71	Renta Corporación	C	110	Funespaña	D
72	Fersa	D	111	Ezentis	D
73	Jazztel	D	112	Urbas	D
74	G.A.M.	D	113	Prim	D

ADECUACIÓN

Definición

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 para la propia compañía y para sus grupos de interés.

Se trata de facilitar, además de la información financiera y operativa tradicional, información relevante sobre las aspiraciones de la empresa, el contexto del sector, su papel en la sociedad, su posicionamiento frente a los retos globales. Se trata también de saber seleccionar quiénes son los interlocutores y los grupos de interés a los que va dirigida la información.

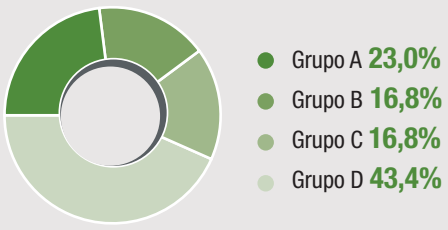
Para su correcta aplicación se requiere tener presente quiénes son los públicos de la información que se emite y tener procedimientos para conocer sus expectativas y, en las empresas con mejores prácticas, hacerles participar en la identificación de los asuntos sobre los que se informa.

El principio de Adecuación se refiere generalmente a información voluntaria y tiene un claro recorrido en las últimas tendencias de *reporting*.

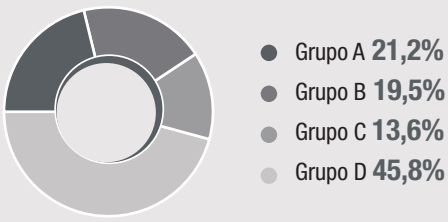
Valoración media

Los resultados obtenidos para este principio por las empresas son similares a los del año 2010 aunque algunas empresas como Vidrala, Mapfre o NH Hoteles han mejorado sus resultados.

GRÁFICO 17. COMPOSICIÓN DE LOS GRUPOS - ADECUACIÓN



2011



2010

En las dos ediciones de Informe Reporta, las puntuaciones medias del IGBM del Principio de Adecuación están por debajo de la mitad de los puntos posibles. La valoración media obtenida es de solo 5,7 puntos sobre 15 posibles, levemente inferior a los resultados del año 2010 que fue de 6,1.

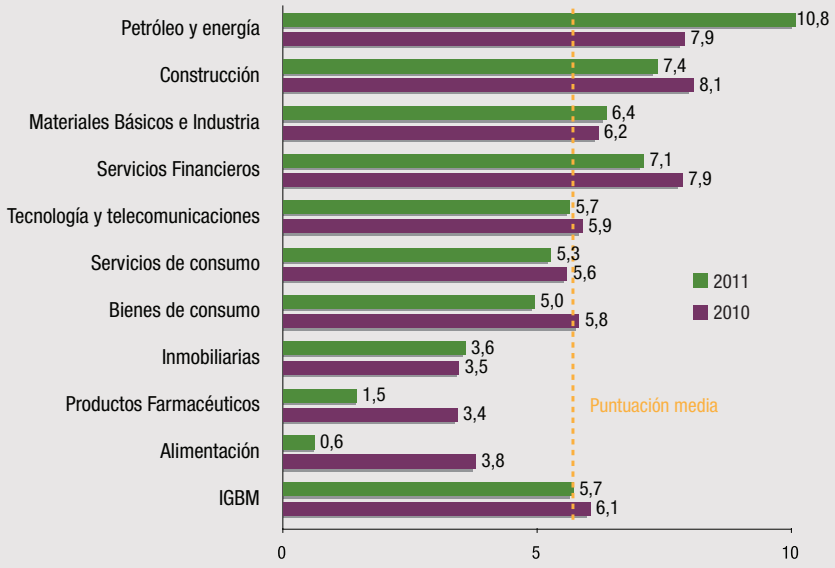
El Grupo A está formado por 26 empresas, con una media de 12,3 puntos frente a 15 posibles, algo más que el año pasado (11,8 puntos). Gamesa, Enagás y Endesa lideran este grupo.

El Grupo B, está formado por 19 empresas con calificación media de 8,9 puntos, algo inferior a la de 2010 (9,3 puntos). El Grupo C, con 19 empresas, cifra similar que el año 2010, tiene una media de 6,0 puntos. Finalmente, el Grupo D, formado por 49 empresas, tiene una media de 1,2 puntos solamente porque la información que comunican es muy parcial y/o solo dirigida a un grupo de interés: sus accionistas. Más de la mitad de las empresas en este Grupo reciben cero puntos en este principio y coincide con las que no publican información sobre responsabilidad corporativa.

Valoración por sectores

De los diez sectores en que se ha dividido a las empresas del IGBM, siete disminuyen sus puntuaciones medias, destacando las bajas puntuaciones de los sectores de Alimentación, que no llega a un punto, y Productos Farmacéuticos, que presenta una puntuación media de 1,5 puntos.

GRÁFICO 18. PRINCIPIO DE ADECUACIÓN POR SECTORES



El gráfico 18 muestra la valoración media de los sectores en 2011 y 2010 comparado con la valoración media del IGBM.

El sector de Petróleo y Energía se sitúa a la cabeza de las puntuaciones medias en Adecuación superando a Construcción gracias al aumento significativo de puntuación del sector desde 7,9 puntos en 2010 a 10,8 en 2011 unido a un leve descenso de Cosntrucción. Materiales Básicos e Industria se mantiene y descienden ligeramente Servicios Financieros y Teconología y Telecomunicaciones que vuelve a quedarse en la media del IGBM. Los sectores Alimentación y Productos Farmacéuticos siguen ocupando las posiciones inferiores, como ya se ha indicado anteriormente.

CLASIFICACIÓN POR PRINCIPIO DE ADECUACIÓN

Orden	Empresa	Calificación	Orden	Empresa	Calificación
1	Gamesa	A	25	Acciona	A
2	Enagás	A	26	Banesto	A
3	Endesa	A	27	Metrovacesa	B
4	Gas Natural	A	28	NH Hoteles	B
5	Iberdrola	A	29	Sacyr Vallehermoso	B
6	Bolsas y Mercados	A	30	Tecnocom	B
7	Cementos Portland	A	31	Banco Sabadell	B
8	FCC	A	32	Antena 3 tv	B
9	Telefónica	A	33	Bankinter	B
10	BBVA	A	34	EADS	B
11	Abengoa	A	35	Elecnor	B
12	Red Eléctrica	A	36	Mediaset	B
13	Repsol	A	37	OHL	B
14	Arcelor Mittal	A	38	Cie Automotive	B
15	Abertis	A	39	Fersa	B
16	Banco Popular	A	40	Prosegur	B
17	Banco Santander	A	41	Tubos Reunidos	B
18	CEPSA	A	42	ACS	B
19	Fluidra	A	43	Amadeus	B
20	Iberpapel	A	44	Criteria	B
21	Inditex	A	45	Ferrovial	B
22	Mapfre	A	46	Enel Green Power	C
23	Sol Meliá	A	47	Inypsa	C
24	Vidrala	A	48	Prisa	C

CLASIFICACIÓN POR PRINCIPIO DE ADECUACIÓN

Orden	Empresa	Calificación	Orden	Empresa	Calificación
49	Catalana Occidente	C	68	Almirall	D
50	Nicolás Correa	C	69	Amper	D
51	Renta Corporación	C	70	Grifols	D
52	Tavex Algodonera	C	71	Sniace	D
53	Acerinox	C	72	Viscofan	D
54	Codere	C	73	Ercros	D
55	G.A.M.	C	74	Quabit	D
56	Montebalito	C	75	Bodegas Riojanas	D
57	Realia	C	76	Ence	D
58	Solaria	C	77	Jazztel	D
59	Tubacex	C	78	Lingotes Especiales	D
60	Zardoya Otis	C	79	Uralita	D
61	Zeltia	C	80	Vértice 360	D
62	Adolfo Domínguez	C	81	Vueling	D
63	Azkoyen	C	82	Banco de Valencia	D
64	Inmobiliaria Colonial	C	83	Banco Pastor	D
65	Duro Felguera	D	84	Corporación Alba	D
66	Indra	D	85	Renta 4	D
67	Service Point	D			

Las empresas que figuran a continuación han obtenido cero puntos en el Principio de Adecuación.

Orden	Empresa	Calificación	Orden	Empresa	Calificación
	Barón de Ley	0		La Seda de Barcelona	0
	Biosearch Life	0		Miquel y Costas	0
	C.A.F.	0		Natra	0
	Campofrío	0		Natraceutical	0
	Cleop	0		Nyesa	0
	Clínica Baviera	0		Pescanova	0
	Corporación Dermoestética	0		Prim	0
	Deoleo	0		Reyal Urbis	0
	Dinamia	0		Rovi	0
	Ebro Foods	0		San José	0
	Europac	0		Técnicas Reunidas	0
	Ezentis	0		Unipapel	0
	Faes	0		Urbas	0
	Funespaña	0		Vocento	0

ACCESIBILIDAD

Definición

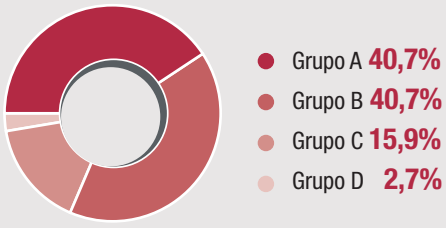
El principio de Accesibilidad se refiere a la claridad de la información disponible, en cuanto a lenguaje y presentación, a la facilidad de llegar a ella, utilizando las tecnologías y soportes disponibles y a la posibilidad de que cualquier persona pueda tenerla a su alcance.

La valoración del principio de Accesibilidad se ha basado, en lo relativo a web, en los principios de Accesibilidad Web de la W3C-WAI, el organismo que vela por los estándares de la información en internet. Así, se ha tenido en cuenta el cumplimiento de los requisitos AA de la W3C entre las webs de las empresas del IGBM, pero también la legibilidad y claridad del resto de información, su usabilidad y su universalidad.

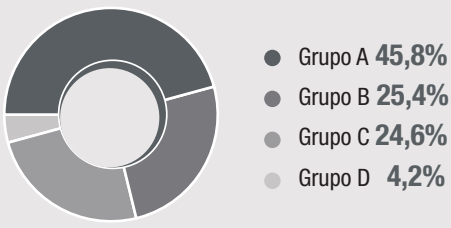
Valoración media

El principio de Accesibilidad sigue unas pautas diferentes de los principios de Transparencia y Adecuación en el sentido de que las puntuaciones en Accesibilidad son muy elevadas y no se corresponden con las obtenidas por las mismas sociedades en los otros dos. Hay, por ejemplo, 92 empresas que obtienen puntuaciones superiores a 7,5 que es la mitad de la puntuación máxima posible (15 puntos) en el Principio de Accesibilidad. Sin embargo, más de la mitad de ellas (44) están por debajo de la valoración media global del

GRÁFICO 19. COMPOSICIÓN DE LOS GRUPOS - ACCESIBILIDAD



2011



2010

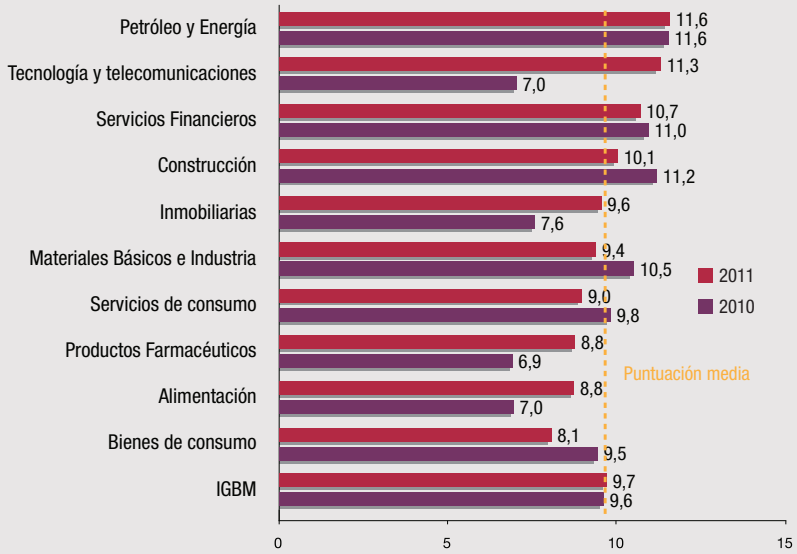
IGBM (45,8 puntos). En el polo opuesto, tres empresas (Vidrala, Arcelor Mittal y Zardoya Otis) obtienen bajas puntuaciones en este principio y que sin embargo están por encima de la valoración media global del IGBM.

La valoración media obtenida por el IGBM es de 9,7 puntos sobre un máximo posible de 15, similar a la obtenida en 2010, que fue de 9,6 puntos. Las elevadas puntuaciones en este principio, muy superiores a Transparencia y Adecuación, refleja la alta penetración de las tecnologías de la información y el hecho de que este tipo de accesibilidad está muy reglada en lo referente a la información obligatoria.

Aunque es cierto que la Accesibilidad depende más de actuaciones técnicas, que de decisiones de enfoque de *reporting*, como sucede con los principios de Transparencia y Adecuación, también lo es que las altas puntuaciones evidencian una clara intención de la mayor parte de las empresas del IGBM de ir más allá de los requisitos legales de accesibilidad de la información, especialmente para las versiones interactivas de la información. En este sentido, hay una tendencia muy clara a presentar memorias online accesibles, frente a años anteriores en que se primaba más el diseño y la parte estética.

El 81,4% de las empresas del IGBM en 2011 está en los Grupos A y B. Casi todas cumplen en sus webs los requisitos AA de la W3C, lo cual implica un alto compromiso con la Accesibilidad Web, y muchas de

GRÁFICO 20. PRINCIPIO DE ACCESIBILIDAD POR SECTORES



ellas poseen, además, certificaciones acreditativas.

El Grupo A está formado por 46 empresas, con una media de 11,7 puntos sobre un máximo posible de 15. Las empresas que encabezan las puntuaciones en Accesibilidad son: Iberdrola, Repsol y Banco Santander, todas ellas con puntuaciones por encima de 13 puntos. El Grupo B está formado también por 46 empresas, 15 más que en 2010. El Grupo C consta de 18 empresas frente a 33 en 2010. Finalmente el Grupo D tiene una media de 3,5 puntos y está formado por tres empresas solamente: Unipapel, Tubos Reunidos y Vueling.

La empresa que más ha mejorado con respecto a 2010 ha sido Jazztel, que ha pasado del Grupo D al Grupo A.

Valoración por sectores

El gráfico 20 muestra las puntuaciones medias alcanzadas en el Principio de Accesibilidad por los sectores en comparación con la media del IGBM.

Todos los sectores presentan puntuaciones medias entre 8,1 y 11,6 puntos, muy cercanas a la media total del IGBM que es muy elevada en comparación con los otros dos Principios. No se detectan diferencias significativas entre los distintos sectores, excepto en el caso de los que ocupan los últimos puestos Informe Reporta, esto es, Productos Farmacéuticos, Alimentación y Bienes de Consumo.

Hay cuatro sectores que superan la media del Índice: Petróleo y Energía, Tecnología y Telecomunicaciones, Servicios Financieros y Construcción. Cabe destacar el aumento significativo de la puntuación media del sector de Tecnología respecto de los resultados obtenidos en 2010. También son destacables los resultados en 2011 de los sectores de Inmobiliarias y Alimentación que mejoran sus puntuaciones medias.

Cabe destacar la mayor puntuación de sectores que utilizan sus webs de forma corporativa – o meramente informativa – frente a los que la utilizan como un soporte comercial, al suponer mayor dificultad técnica para estos últimos cumplir con los requisitos de Accesibilidad Web de la W3C. Destaca en este sentido el sector de Servicios Financieros: más de la mitad de las empresas del sector está en el Grupo A y las restantes en el Grupo B. Además, seis de ellas cumplen los requisitos AA de accesibilidad web. Muchas de las empresas de este sector utilizan el canal online como canal comercial y aún así sus webs son accesibles, lo que demuestra que las dificultades técnicas son salvables cuando hay una voluntad de salvarlas.

CLASIFICACIÓN POR PRINCIPIO DE ACCESIBILIDAD

Orden	Empresa	Calificación	Orden	Empresa	Calificación
1	Iberdrola	a	37	Abengoa	a
2	Repsol	a	38	Sacyr Vallehermoso	a
3	Banco Santander	a	39	Mapfre	a
4	Ferrovial	a	40	Banco Sabadell	a
5	Gamesa	a	41	Iberpapel	a
6	Criteria	a	42	Catalana Occidente	a
7	Gas Natural	a	43	Prosegur	a
8	Indra	a	44	Zeltia	a
9	Red Eléctrica	a	45	Banco de Valencia	a
10	Telefónica	a	46	Amper	a
11	Cie Automotive	a	47	ACS	b
12	Quabit	a	48	Bankinter	b
13	OHL	a	49	Técnicas Reunidas	b
14	Acciona	a	50	Cementos Portland	b
15	Jazztel	a	51	EADS	b
16	Enagás	a	52	Sol Meliá	b
17	Endesa	a	53	Prisa	b
18	Inditex	a	54	Banco Pastor	b
19	Abertis	a	55	Duro Felguera	b
20	Mediaset	a	56	BBVA	b
21	Elecnor	a	57	CEPSA	b
22	Renta 4	a	58	Enel Green Power	b
23	Corporación Alba	a	59	Viscofan	b
24	Fluidra	a	60	Deoleo	b
25	Amadeus	a	61	Nicolás Correa	b
26	Metrovacesa	a	62	Grifols	b
27	Solaria	a	63	Fersa	b
28	Realia	a	64	Ence	b
29	Acerinox	a	65	Dinamia	b
30	Almirall	a	66	Vocento	b
31	Renta Corporación	a	67	Tecnocom	b
32	Vertice 360	a	68	Ercros	b
33	Ebro Foods	a	69	Lingotes Especiales	b
34	Campofrío	a	70	La Seda de Barcelona	b
35	Antena 3 tv	a	71	Banesto	b
36	Ezentis	a	72	FCC	b

CLASIFICACIÓN POR PRINCIPIO DE ACCESIBILIDAD

Orden	Empresa	Calificación	Orden	Empresa	Calificación
73	Banco Popular	b	94	Vidrala	c
74	Montebalito	b	95	Codere	c
75	C.A.F.	b	96	Service Point	c
76	San José	b	97	Uralita	c
77	Bolsas y Mercados	b	98	Biosearch Life	c
78	Inmobiliaria Colonial	b	99	Urbas	c
79	Tubacex	b	100	Prim	c
80	G.A.M.	b	101	Tavex Algodonera	c
81	Azkoyen	b	102	Pescanova	c
82	Europac	b	103	Miquel y Costas	c
83	Natraceutical	b	104	Barón de Ley	c
84	Clínica Baviera	b	105	Nyesa	c
85	Corporación Dermoestética	b	106	Arcelor Mittal	c
86	NH Hoteles	b	107	Zardoya Otis	c
87	Inypsa	b	108	Cleop	c
88	FAES	b	109	Natra	c
89	Sniace	b	110	Funespaña	c
90	Reyal Urbis	b	111	Unipapel	d
91	Bodegas Riojanas	b	112	Tubos Reunidos	d
92	Rovi	b	113	Vueling	d
93	Adolfo Domínguez	c			

Valoración por sectores

VALORACIÓN MEDIA SECTORIAL

Entre los diez sectores en que hemos dividido las 113 empresas del IGBM hay cinco que superan la media de puntuación total: Petróleo y Energía, Servicios Financieros, Construcción y Tecnología y Telecomunicaciones. Los sectores de Alimentación y Productos Farmacéuticos siguen a la cola de la clasificación con la particularidad de que ambos ceden posiciones respecto a 2010.

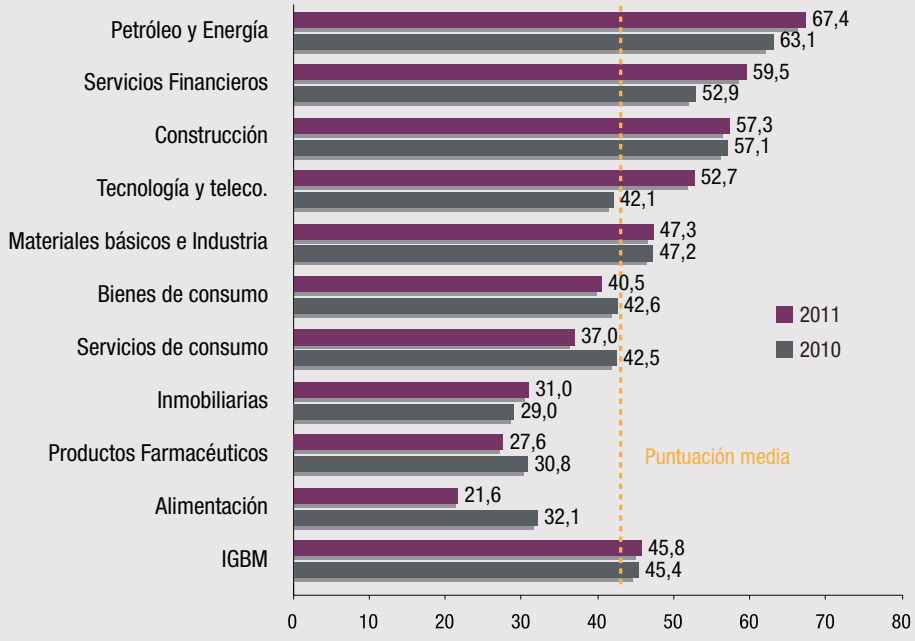
Las sociedades del sector Petróleo y Energía y Servicios Financieros tienen un alto grado de homogeneidad en cuanto a tamaño, internacionalización e impacto económico, ambiental y social, lo que facilita la cohesión de los resultados obtenidos por las sociedades individualmente y su aportación a la calificación del sector.

El sector Construcción, tercer clasificado, está formado por sociedades muy diferentes. Acciona, Ferrovial, FCC y ACS están incluidas en el sector aunque el porcentaje de ingresos y beneficios procedentes de la actividad de construcción es inferior al procedente de otras actividades de servicios o de energías renovables. Las excelentes valoraciones obtenidas por estas empresas tiran hacia arriba de la valoración global del sector porque compensan las menores valoraciones de las empresas puramente constructoras.

El caso opuesto es el sector Tecnología y Telecomunicaciones en el que en 2010 las valoraciones de Telefónica e Indra no lograban compensar las obtenidas por el resto de las empresas del grupo. En Informe Reporta 2011 la calificación global ha aumentado por la mejora de Indra (de Grupo B en 2010 a Grupo A en 2011) y Tecnocom, que pasa del Grupo C al Grupo B) y la inclusión por primera vez de Amadeus, que obtiene una BBB.

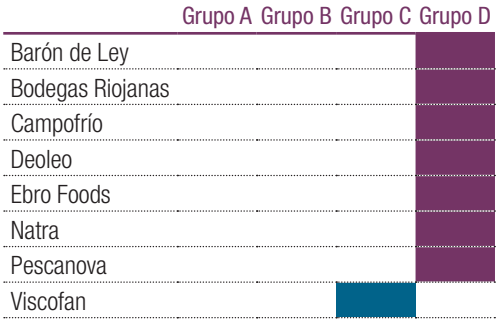
El sector Materiales Básicos e Industria obtiene una valoración media muy similar a la obtenida en el año 2010, dos puntos por encima de la media total en las dos mediciones de Informe Reporta. El resto de sectores – Bienes de Consumo, Servicios de Consumo, Productos Farmacéuticos, Alimentación e Inmobiliario – obtienen puntuaciones por de-

GRÁFICO 21. CLASIFICACIÓN SECTORIAL



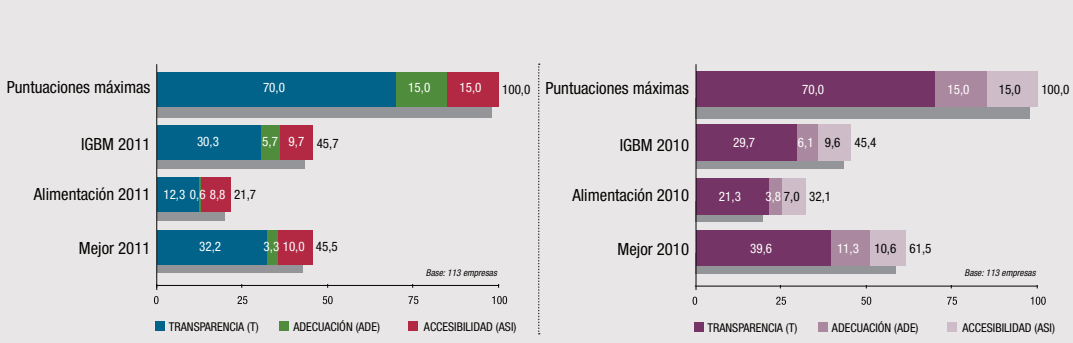
bajo de la media total y además bajan sus puntuaciones medias respecto del año 2010, con la excepción de Inmobiliario que aumenta un punto su puntuación media.

Alimentación



Se trata de un grupo muy poco homogéneo en el que coexisten un grupo de pequeñas compañías de carácter local, con un accionariado muy concentrado, con otras con presencia multinacional y de un mayor tamaño. La calidad media del *reporting* del grupo ha descendido. De las siete compañías del sector, seis están en el Grupo D y solamente una (Viscofan) en la franja alta del Grupo C, con una puntuación casi similar a la media del IGBM. Uno de los principios que proporcionalmente más contribuye a la valoración del sector es Accesibilidad pese a lo cual ninguna de las empresas cumple con los requisitos AA de accesibilidad.

GRÁFICO 22. **SECTOR ALIMENTACIÓN**
MEJOR EMPRESA: VISCOFAN



El sector Alimentación pasa a ocupar en 2011 el último puesto de la clasificación sectorial que el año anterior ocupaba el sector Inmobiliario. En 2011, bajan las puntuaciones medias de casi la totalidad de las empresas que lo componen, lo que hace que la puntuación del sector descienda en 11 puntos de 32,1 en 2010 a 21,6 en 2011. Es el sector que menor puntuación media total ha conseguido en la práctica totalidad de los indicadores y principios.

Bienes de Consumo

El sector Bienes de Consumo lo componen diez empresas con actividades muy heterogéneas, con compañías de gran tamaño y presencia internacional, junto con otras eminentemente locales y con subsectores variados como papel, textil y vidrio.

En el Grupo A hay solo una empresa, Inditex, que desde su salida a Bolsa ha tratado de mantener un perfil muy alto en temas relacionados con la transparencia y la responsabilidad corporativa y es la única del sector que cumple con los requisitos AA de accesi-

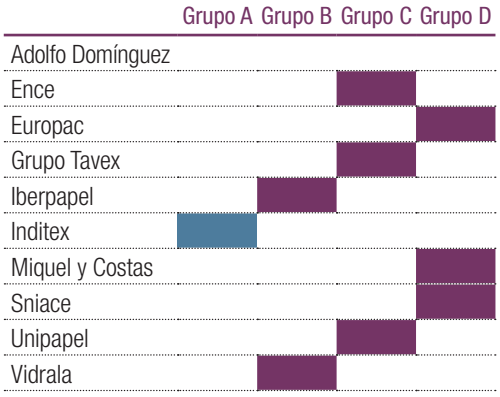
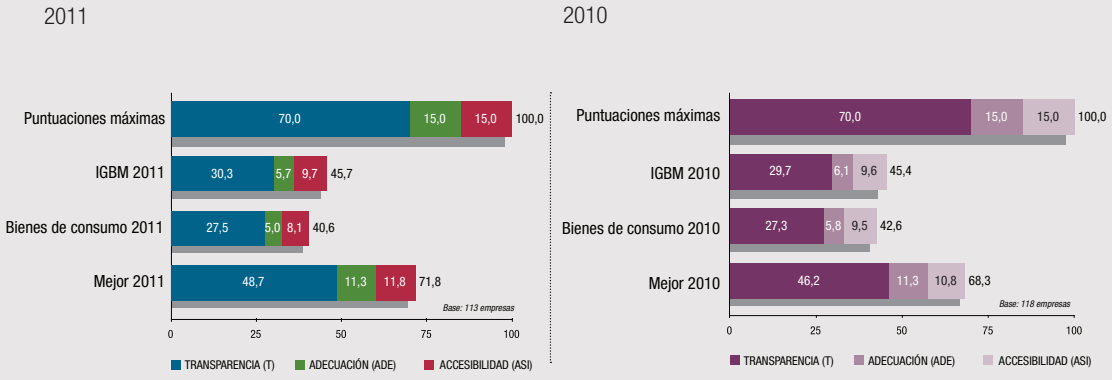


GRÁFICO 23. **SECTOR BIENES DE CONSUMO**
MEJOR EMPRESA: INDITEX



bilidad web. En el Grupo B se sitúan Iberpapel y Vidrala, dos compañías que aumentan sus calificaciones totales respecto a 2010. Vidrala especialmente gracias a un avance muy importante en lo relativo a responsabilidad corporativa y Adecuación. Las restantes empresas están en los Grupos C y D, con descensos significativos en las calificaciones de Ence, Adolfo Domínguez, Miquel y Costas y Sniace.

Construcción

El sector formado está formado por diez empresas de las que cuatro (Acciona, ACS, FCC, Ferrovial), que además son las mayores del sector, no son propiamente empresas constructoras ya que obtienen la mayor parte de sus beneficios de otras áreas. La puntuación media permanece en niveles similares a los del año pasado, porque la mejora evidente de empresas como Ferrovial y Cementos Portland – que se posiciona en la franja alta del Grupo B con BBB – se ha visto compensada con el descenso acusado de otras como Uralita y Cleop.

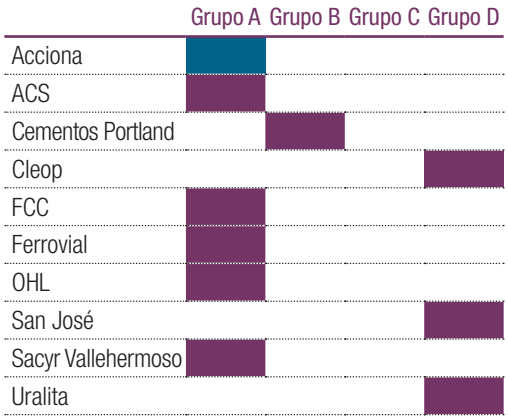
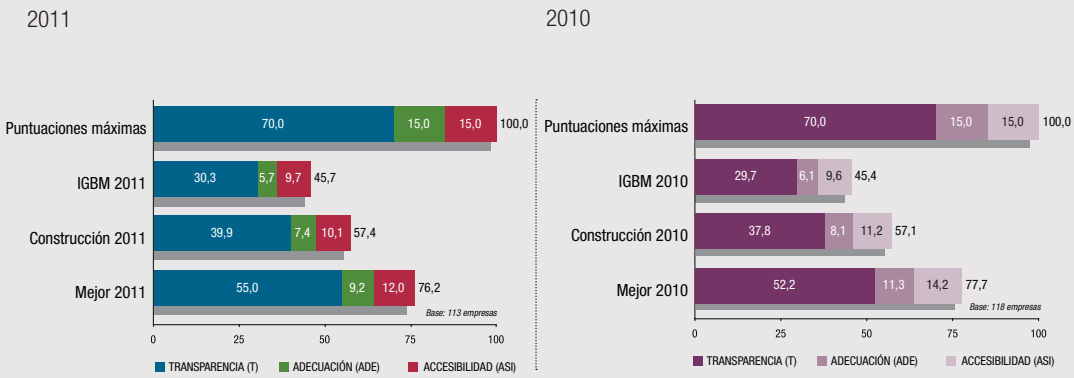
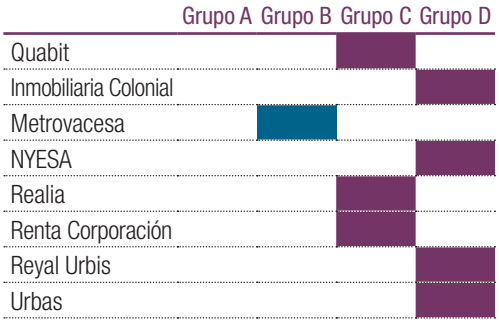


GRÁFICO 24. **SECTOR CONSTRUCCIÓN**
MEJOR EMPRESA: ACCIONA



Una mención especial merece Cementos Portland que sube casi 17 puntos su calificación, posicionándose en el Grupo B, pero en la franja alta con una triple B. Ninguna empresa se sitúa en el Grupo C y en el Grupo D, quedan Cleop, San José y Uralita.

Inmobiliario

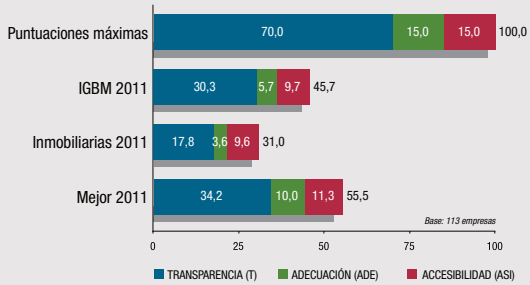


El sector Inmobiliario en su conjunto no mejora la calidad de su *reporting*. Hay tres empresas que mejoran sus calificaciones, Metrovacesa, que se mantiene en el Grupo B, Quabit, que pasa del Grupo D al Grupo C, y Reyal Urbis, que mejora dentro del Grupo D, pero no es suficiente para subir la calificación media del sector por encima de la media del IGBM.

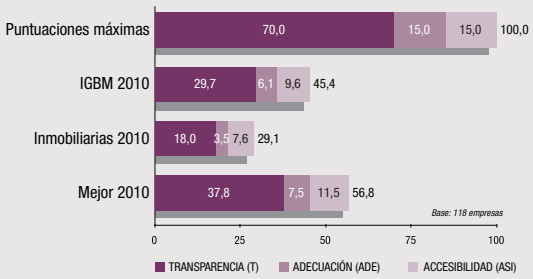
La mitad de las empresas del sector se sitúan en el Grupo D, es decir, la información que hacen pública está expuesta de modo muy superficial, especialmente en los indicadores de Transparencia y Adecuación. Sin embargo, cuatro de las empresas del sector (Quabit, Realia, Renta Corporación y Metrovacesa) están en el Grupo A en cuanto a Accesibilidad.

GRÁFICO 25. **SECTOR INMOBILIARIO**
MEJOR EMPRESA: METROVACESA

2011



2010



Materiales Básicos e Industria

Se trata de un sector muy heterogéneo de compañías que incluye empresas de bienes de equipo, ingeniería o siderurgia, muy dispares en tamaño, internacionalización, y capitalización bursátil, lo que dificulta obtener conclusiones de conjunto. Hay 12 empresas que mejoran sus resultados respecto a 2010, pero las puntuaciones medias no mejoran significativamente en ninguno de los principios que se miden, por lo que la media del sector es casi igual a la de 2010. En el Grupo A hay tres empresas (Gamesa, Abengoa y Fluidra) y cinco en el Grupo B. El resto están en los Grupos C y D.

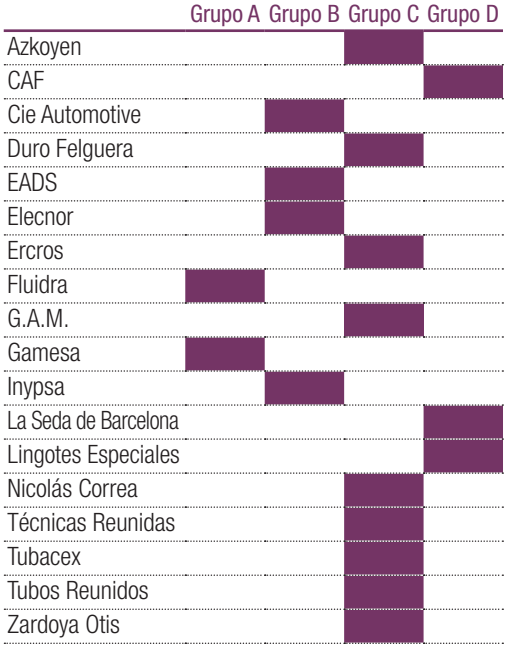
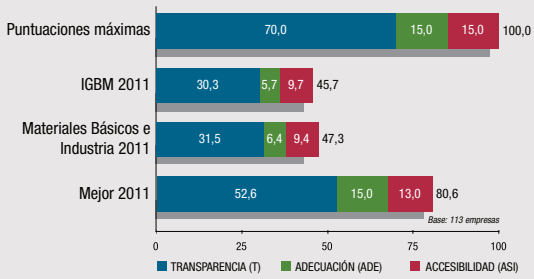
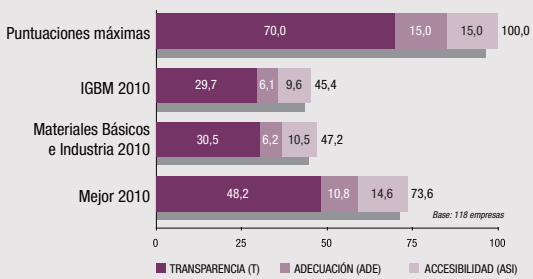


GRÁFICO 26. **SECTOR MATERIALES BÁSICOS E INDUSTRIA**
MEJOR EMPRESA: ABENGOA

2011



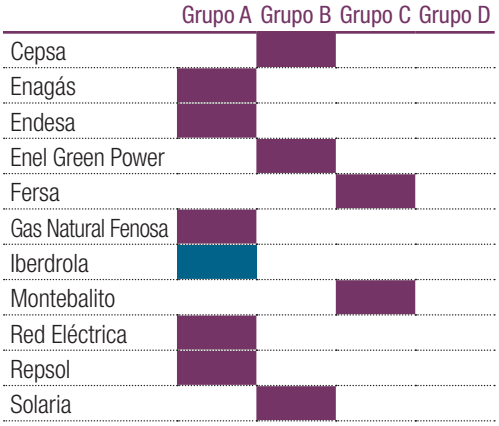
2010



Petróleo y Energía

El sector Petróleo y Energía está especialmente sensibilizado en lo que se refiere a la responsabilidad corporativa y a sus relaciones con los grupos de interés afectados por sus operaciones. Se trata de un sector con un fuerte impacto medioambiental, con una influencia directa en el desarrollo económico y en el bienestar de la población. Todo ello se refleja en las altas valoraciones alcanzadas en los temas relacionados con responsabilidad corporativa y el principio de Accesibilidad. Seis de las empresas tienen web accesibles que cumplen con los requisitos AA del W3C. Iberdrola y Repsol son las dos empresas con mejor valoración en Accesibilidad.

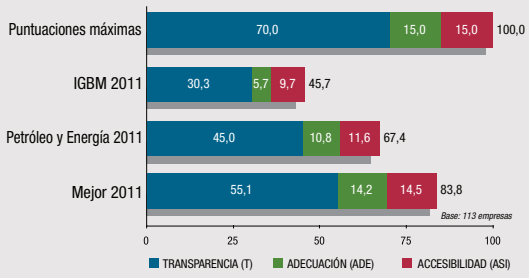
El sector Petróleo y Energía es el que mayor puntuación media obtiene, con 67,5 puntos,



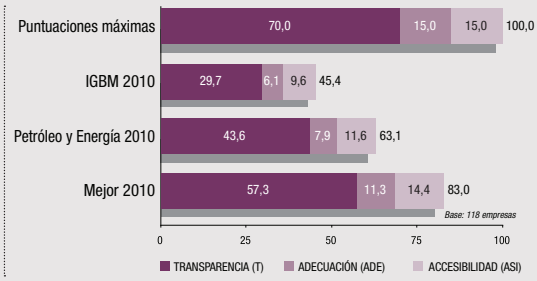
algo mejor que la obtenida en 2010, especialmente en los indicadores de Transparencia y Adecuación. Seis empresas del sector están entre las diez primeras de la clasificación global, que está encabezada por Iberdrola, Enagás y Red Eléctrica.

GRÁFICO 27. **SECTOR PETRÓLEO Y ENERGÍA**
MEJOR EMPRESA: IBERDROLA

2011



2010



Productos Farmacéuticos

El sector Productos Farmacéuticos tiene valoraciones bajas con una puntuación media de 27,6, tres puntos inferior a la del año 2010. Sorprende al tratarse de empresas con una fuerte capacidad investigadora y presencia internacional en un sector de especial sensibilidad social.

No hay ninguna empresa en los Grupos A y B y solamente tres en el Grupo C. El resto, más de la mitad del sector, están en el Grupo D. Tan solo una empresa, Zeltia, obtiene una calificación por encima de la media del IGBM. Los principios de Transparencia y Adecuación han bajado respecto a 2010 mientras que Accesibilidad, ha mejorado aunque solo Zeltia está en el Grupo A en este principio.

Seis empresas han disminuido sus puntuaciones y cinco obtienen puntuaciones medias por debajo de los 20 puntos. Solo dos – Faes Farma y Grifols – han aumentado sus puntuaciones aunque no lo suficiente para pasar a un grupo superior.

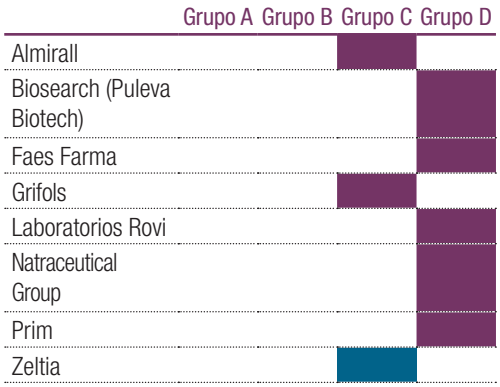
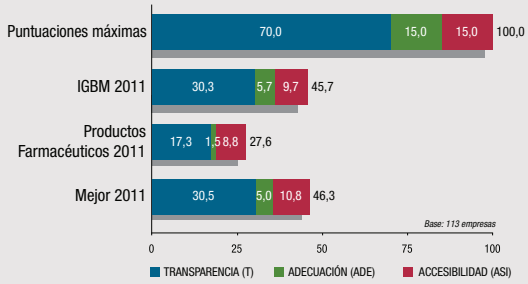
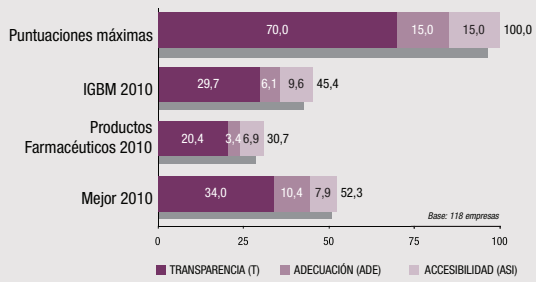


GRÁFICO 28. **SECTOR PRODUCTOS FARMACÉUTICOS**
MEJOR EMPRESA: ZELTIA

2011



2010



Servicios de Consumo

El sector Servicios de Consumo está formado por 15 empresas, de las cuales diez empeoran sus puntuaciones y solo cinco mejoran respecto a 2010, lo que hace que la media del sector disminuya en cinco puntos y baje un puesto en el *ranking* sectorial. Las puntuaciones medias que bajan son especialmente las de los indicadores que miden el principio de Transparencia aunque también descienden, en menor medida, en Adecuación y Accesibilidad.

Las dos empresas que estaban en el Grupo A en 2010 (Abertis y Antena 3TV) pasan al Grupo B. El resto del Grupo B mantiene su clasificación (Sol Meliá y NH Hoteles) y Mediaset desciende ligeramente dentro del grupo. Funespaña sufre un fuerte descenso y pasa a ser la empresa con menor puntuación del IGBM.

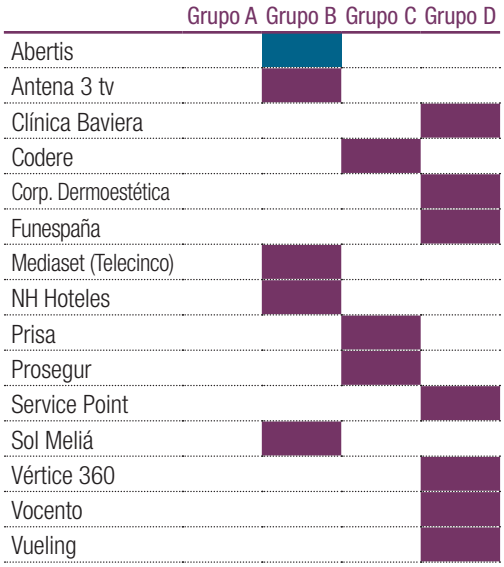
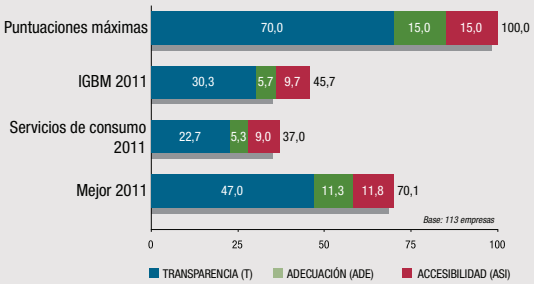
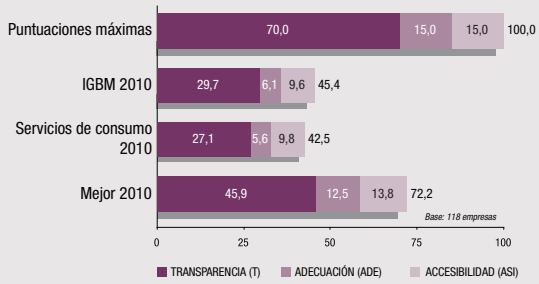


GRÁFICO 29. **SECTOR SERVICIOS DE CONSUMO**
MEJOR EMPRESA: ABERTIS

2011



2010



Servicios Financieros

El sector Servicios Financieros con 59,5 puntos está por encima de la media del IGBM y mejora las puntuaciones medias de todos los indicadores lo que le permite escalar posiciones en la clasificación sectorial, del tercer al segundo puesto.

Los requisitos regulatorios y la dilatada experiencia en Bolsa de sus componentes hacen que las puntuaciones sean altas en todos los principios. Es destacable que seis empresas cumplen con los requisitos AA de accesibilidad web, probablemente debido a que utilizan el canal online como canal comercial de gran importancia. De las 15 sociedades evaluadas, seis están en el Grupo A, cinco en el Grupo B, tres en el Grupo C y tan solo una (Dinamia) en el Grupo D.

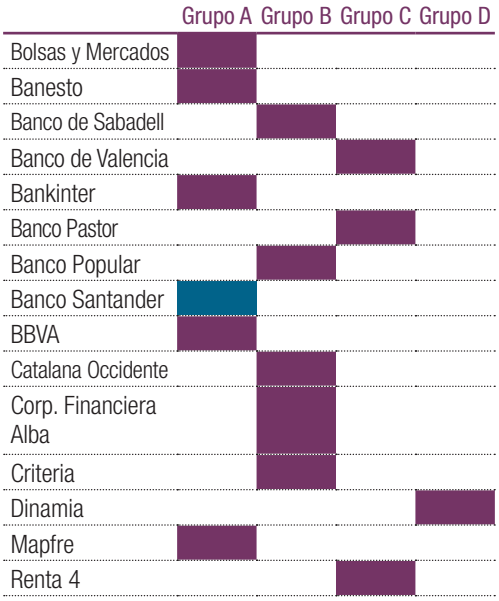
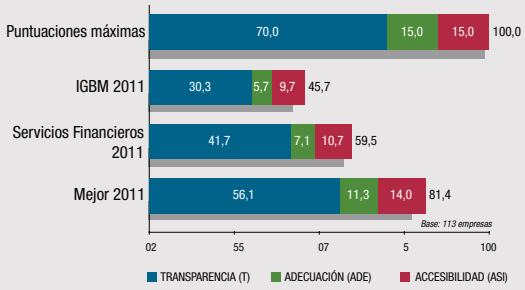
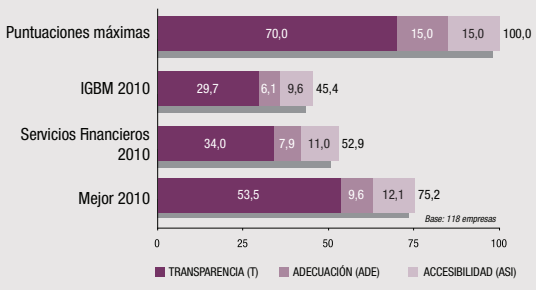


GRÁFICO 30. **SECTOR SERVICIOS FINANCIEROS**
MEJOR EMPRESA: SANTANDER

2011



2010



Tecnología y Telecomunicaciones

El sector Tecnología y Telecomunicaciones mejora su calificación en 2011 gracias fundamentalmente a la mejora de Tecnocom y Grupo Ezentis y a la incorporación de Amadeus. Como resultado sube su puntuación media total más de diez puntos, de 42,1 en 2010 a 52,7 puntos en 2011. Las dos empresas del Grupo A, Telefónica e Indra, están entre las mejores del IGBM.

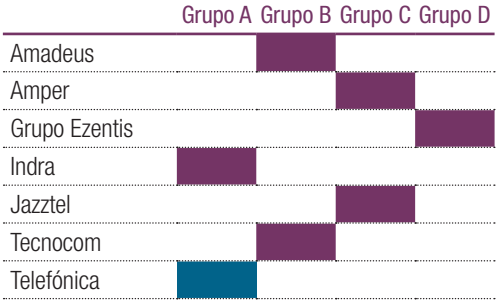
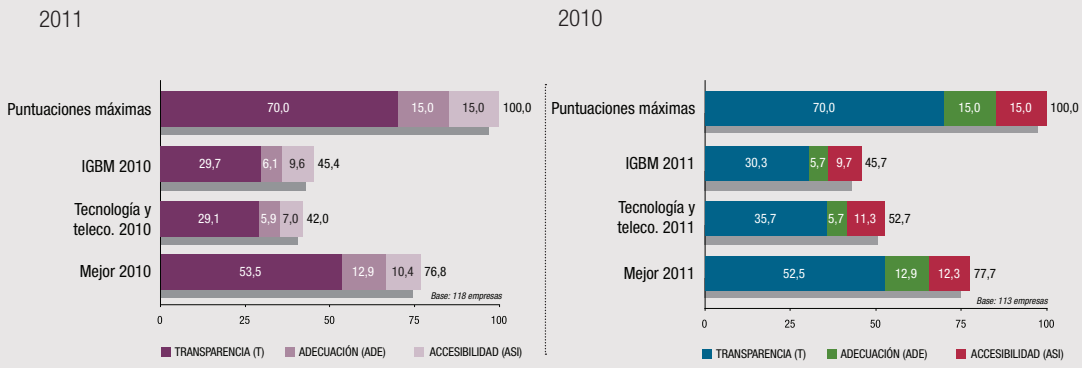


GRÁFICO 31. **SECTOR TECNOLOGÍA Y TELECOMUNICACIONES**
MEJOR EMPRESA: TELEFÓNICA



Epílogo

LA RELEVANCIA DE LA INFORMACIÓN NO FINANCIERA EN EL *REPORTING* DE LAS EMPRESAS

Prof. Joaquín Garralda

Antecedentes

La transparencia en responsabilidad corporativa marca la diferencia en las empresas mejor valoradas en Informe Reporta 2011. Coinciden en haber adoptado un enfoque comprensivo de la realidad empresarial. Consideran que el retrato de la compañía no está completo si no se incorpora al *reporting* aquella información no financiera (ASG) que es relevante para el desarrollo de los negocios y los resultados, pero también para los colectivos sociales en el área de influencia de las empresas.

Como consecuencia de lo anterior, los informes de sostenibilidad han tomado un papel de documento complementario al informe anual tradicional. Son documentos relativamente recientes, cuyo contenido y planteamientos siguen evolucionando, pero ya tienen carta de naturaleza dentro del *reporting* empresarial. Por eso nos interesa mirar más de cerca las tendencias que se observan y que se impondrán en el futuro.

La importancia de la transparencia

Indudablemente el factor que más favorece el desarrollo de los informes de sostenibilidad es la imparable tendencia hacia la transparencia en la sociedad, en general, y en los negocios, en particular. Esta tendencia se ve alimentada, por un lado, por la ubicuidad de internet que permite publicar una información u opinión sobre una empresa en cualquier momento, por cualquier persona, sin incurrir en ningún coste y con una distribución mundial; y por otro lado, por la amplia utilización de las redes sociales para evaluar un producto o servicio antes de adquirirlo. Debido a esto, los informes de sostenibilidad están pasando de ser un elemento de comunicación que trata de ofrecer una imagen políticamente correcta de la empresa, a ser una herramienta de la dirección que apoya la creación de valor, especialmente en lo que se refiere a los intangibles que conforman la reputación de la empresa.

Nuevas tendencias

¿Qué tendencias se apuntan dentro de este camino de las memorias de sostenibilidad hacia una mayor transparencia y puesta en valor de las acciones de responsabilidad corporativa?

Hacia la integración

Una tendencia reciente – que pocas empresas líderes se han atrevido – es la integración del informe de sostenibilidad en el informe económico financiero de la empresa. Curiosamente, si prospera esta tendencia, muchas empresas que no publicaban esta memoria de sostenibilidad, pueden considerarlo como un atajo en el proceso; es decir, incluyen un capítulo sobre sostenibilidad en su memoria anual y así cumplen con la exigencia social de informar. Sin embargo, este aparente atajo tiene un reto: dar coherencia a ese capítulo con el resto de la información económica.

En términos generales se aprecia un acercamiento entre los dos tipos de informes – el económico y el de sostenibilidad – en lo que se refiere a la elección de los temas relevantes a informar, al empezar a incluirse los mismos aspectos materiales de riesgo en ambas memorias y descripciones similares de la visión de la empresa a largo plazo.

En esta misma línea, el lenguaje utilizado en las memorias de sostenibilidad se empieza a parecer más al que se emplea en la memoria económica, expresando las acciones de responsabilidad corporativa con referencias a los parámetros del negocio de la empresa. Como consecuencia de este acercamiento, se incluye más a menudo en estos informes de sostenibilidad una carta del presidente, que ya no tiene tantos tintes de filantropía, ni de devolver a la sociedad, sino más bien de creación de valor compartido: para la empresa y para la sociedad.

Otra tendencia destacable en las empresas multinacionales, es la localización de las memorias; es decir, se publican memorias diferentes en los principales mercados en que opera, para poder describir mejor los proyec-

tos y acciones responsables que responden a la realidad local en la que informan.

Importancia de la web

La longitud, en número de páginas, de la memoria está sufriendo claros recortes. No solo por el argumento ecológico del consumo de papel, sino por el efecto desalentador de la lectura de un documento prolijo en detalles y argumentos, que solo son sugestivos para los observadores especializados. En este sentido, ante las duras críticas que de una manera recurrente realizan los informes anuales de muchos observatorios, muchas empresas han dejado de enfocar su memoria pensando en los intereses y expectativas de estos colectivos (originariamente causantes en buena medida de la gran longitud de los informes), para centrarse en otros colectivos como son los analistas financieros, las administraciones públicas y la sociedad en general. Este cambio en los agentes a los que va dirigida la comunicación, condiciona la selección de temas y la exposición de argumentos que se consideran más relevantes.

En consecuencia con lo anterior, se han trasladado a la página web muchos de los datos que estos observatorios sometían a escrutinio, donde es más eficaz la búsqueda del observador especializado de los datos concretos que investiga. Al reducir las páginas impresas – sin disminuir la cantidad de la información existente en la página web – se evita así el riesgo mencionado de desalentar su lectura al resto de los colectivos.

Diálogo con los grupos de interés

Finalmente, en el tema del diálogo con los grupos de interés se aprecia una mayor madurez. Una evidencia de esta afirmación es que los espacios de diálogo que se mantienen suelen estar más abiertos a los grupos de interés relevantes para el negocio (que a veces no son muy amigos de la empresa). En años anteriores, la empresa tendía a considerar que cumplía con esta exigencia de diálogo comunicándose únicamente con las entidades amigas, que se beneficiaban de alguna manera de las actuaciones filantrópicas de sus programas de responsabilidad corporativa.

Factores de aceleración

Si bien estas son las tendencias, es sugestivo evaluar los factores que determinan la velocidad con la que se impondrán en la práctica de las memorias. Apuntamos a continuación estos factores especificando los agentes o instituciones que se han de seguir para apreciar la aceleración o freno de las tendencias apuntadas.

Análisis especializado

La evolución en la exigencia de los criterios que valoran para la permanencia de la empresa en los índices responsables determina el ritmo de respuesta de las empresas incluidas en esos índices. Por ejemplo, los cambios en los formularios utilizados por las entidades de análisis EIRIS y SAM – que son las fuentes de información para las revisiones anuales de los índices FTSE4Good y DJSI, respectivamente – pueden obligar

a incluir ciertos temas en las memorias o a implantar políticas internas responsables, que luego se reflejan en las memorias de sostenibilidad.

El papel activo del regulador

Las disposiciones del regulador respecto a aspectos directamente relacionados con la memoria – por ejemplo, si es obligatorio o no informar, o qué temas deben incluirse en la memoria, con sus respectivos indicadores – así como otras medidas que indirectamente la condicionan. Ejemplos de esto último pueden ser las exigencias sobre las características de los valores en que inviertan los fondos de pensiones de empleo y otros fondos con ventajas fiscales, o la normativa de incluir parámetros de responsabilidad corporativa en las cláusulas de contratación pública. Estas medidas pueden acelerar en gran medida la madurez del *reporting* de las empresas afectadas, tanto porque les puede abrir o cerrar su inclusión en la cartera de valores de unos inversores institucionales, como porque les puede suponer la pérdida de un concurso de contratación pública.

El Global Reporting Initiative (GRI)

Por su carácter de estándar internacional generalmente aceptado, las variaciones en los estándares suministrados por GRI en sus sucesivas versiones – G3, G4… – pueden condicionar los contenidos de las memorias de sostenibilidad, si se pretende alcanzar una calificación sobresaliente (por ejemplo A+).

Inversión responsable

La evolución del número de los inversores institucionales que se han adherido a los PRI (Principles for Responsable Investment) impulsados por Naciones Unidas y las medias que adopten en la selección de su cartera de valores pueden hacer muy atractivo cumplir con los requisitos de información y trasparencia exigidos. Por ahora el número de signatarios de la iniciativa es relevante y el volumen de fondos gestionados por ellos es destacable; sin embargo, el nivel de compromiso y de exigencias aplicadas en sus decisiones de inversión, determinarán la necesidad de elaborar un informe de sostenibilidad que cumpla con los criterios de transparencia y materialidad que se decidan en esta iniciativa.

Competencia por la notoriedad

Por último, y no por ello menos relevante, la velocidad con la que los líderes – el Grupo A de este informe – avancen, producirá un efecto emulación que determinará en primera medida el comportamiento de las empresas de cada uno de sus sectores y como resultado derivado, las actuaciones de sus proveedores y de empresas líderes de otros sectores menos visibles.

Atracción del talento

En paralelo a estas tendencias en los informes de sostenibilidad, se está produciendo otra vía de avance de responsabilidad corporativa en lo que concierne a los empleados, que se encuentra a medio camino entre unas medidas de políticas de recursos humanos inteligentes para atraer al talento profesional y unas disposiciones de responsabilidad corporativa que tratan de tener en cuenta el impacto en el entorno de relaciones personales del empleado de las exigencias laborales. En esta línea, es difícil distinguir si el motivo original de ciertas medidas – como pueden ser las que conciernen al equilibrio entre la vida profesional y privada, o aquellas que desarrollen la empleabilidad de la plantilla – es la cuenta de resultados o poderlo incluir entre las medidas de responsabilidad corporativa de la memoria.

Es previsible que estas medidas tengan un reflejo más genérico en la memoria de sostenibilidad, pero que tengan un impacto importante en la percepción de los empleados sobre la coherencia de los programas de responsabilidad corporativa de la empresa. No se debe olvidar que los empleados son los embajadores más creíbles ante las dudas externas sobre las motivaciones o los resultados económicos favorables de las actuaciones de responsabilidad corporativa de la empresa.

En definitiva, se va a pasar de unas memorias en las que se pormenorizan con detalle las aportaciones filantrópicas, los premios recibidos y los sellos oportunos que tratan de garantizar su actitud prosocial, a unas memorias que se enfoquen en la generación de valor compartido, demostrando así que la responsabilidad corporativa está integrada en el día a día de la empresa.

Noviembre de 2011

Informe Reporta 2011
Índice alfabético de empresas

ORDEN ALFABÉTICO

Empresa	2010	2011	Calificación Global	Transparencia	Adecuación	Accesibilidad
Abengoa	34	13	A	A	A	A
Abertis	16	26	BBB	B	A	A
Acciona	7	12	A	A	A	A
Acerinox	55	58	CCC	C	C	A
ACS	18	22	A	A	B	B
Adolfo Domínguez	43	57	CCC	C	C	C
Almirall	54	59	CCC	C	D	A
Amadeus		30	BBB	B	B	A
Amper	81	67	CC	C	D	A
Antena 3 TV	15	37	BB	B	B	A
Arcelor Mittal	17	28	BBB	A	A	C
Azkoyen	108	76	C	D	C	B
Banco de Valencia	83	65	CC	C	D	A
Banco Pastor	97	61	CC	C	D	B
Banco Popular	26	25	BBB	A	A	B
Banco Sabadell	30	29	BBB	B	B	A
Banco Santander	14	6	AA	A	A	A
Banesto	20	14	A	A	A	B
Bankinter	42	24	A	A	B	B
Barón de Ley	112	106	D	D	D	C
BBVA	9	8	A	A	A	B
Biosearch Life	102	101	DD	D	D	C
Bodegas Riojanas	115	100	DD	D	D	B
Bolsas y Mercados	24	23	A	B	A	B
C.A.F.	35	85	DDD	D	D	B
Campofrío	77	92	DD	D	D	A
Catalana Occidente	46	41	B	B	C	A
Cementos Portland	44	27	BBB	B	A	B
CEPSA	59	32	BBB	B	A	B
Cie Auto motive	49	42	B	B	B	A

ORDEN ALFABÉTICO

Empresa	2010	2011	Calificación Global	Transparencia	Adecuación	Accesibilidad
Cleop	89	107	D	D	D	C
Clínica Baviera	106	98	DD	D	D	B
Codere	73	75	C	D	C	C
Corp. Dermoestética	101	105	D	D	D	B
Corporación Alba	61	47	B	B	D	A
Criteria	25	39	BB	B	B	A
Deoleo	32	91	DDD	D	D	B
Dinamia	93	84	DDD	D	D	B
Duro Felguera	66	66	CC	C	D	B
EADS	29	31	BBB	B	B	B
Ebro Foods	36	90	DDD	D	D	A
Elector	64	45	B	C	B	A
Enagás	3	2	AA	A	A	A
Ence	51	74	C	C	D	B
Endesa	12	5	AA	A	A	A
Enel Green Power		36	BB	B	C	B
Enyesa	37	46	B	C	C	B
Ercros	53	56	CCC	C	D	B
Europac	91	94	DD	D	D	B
Ezentis	98	103	D	D	D	A
FAES	113	93	DD	D	D	B
FCC	10	16	A	A	A	B
Ferrovial	28	18	A	A	B	A
Fersa	92	63	CC	D	B	B
Fluidra	27	20	A	A	A	A
Funespaña	72	113	D	D	D	C
G.A.M.	40	73	C	D	C	B
Gamesa	13	7	AA	A	A	A
Gas Natural	2	9	A	A	A	A
Grifols	78	55	CCC	C	D	B

ORDEN ALFABÉTICO

Empresa	2010	2011	Calificación Global	Transparencia	Adecuación	Accesibilidad
Iberdrola	8	1	AA	A	A	A
Iberpapel	47	33	BB	B	A	A
Inditex	21	21	A	B	A	A
Indra	31	15	A	A	D	A
Inmobiliaria Colonial	86	82	DDD	D	C	B
Jazztel	90	71	C	D	D	A
La Seda de Barcelona		83	DDD	D	D	B
Lingotes Especiales	103	80	DDD	D	D	B
Mapfre	23	19	A	A	A	A
Mediaset	33	44	B	C	B	A
Metrovacesa	69	43	B	C	B	A
Miquel y Costas	79	104	D	D	D	C
Montebalito	71	68	CC	C	C	B
Natra	94	108	D	D	D	C
Natraceutical	99	96	DD	D	D	B
NH Hoteles	50	40	BB	B	B	B
Nicolás Correa	95	54	CCC	C	C	B
Nyesa	105	110	D	D	D	C
OHL	4	11	A	A	B	A
Pescanova	109	99	DD	D	D	C
Prim	117	112	D	D	D	C
Prisa	65	60	CC	C	C	B
Prosegur	63	49	CCC	C	B	A
Quabit	116	77	C	D	D	A
Realia	38	50	CCC	C	C	A
Red Eléctrica	1	3	AA	A	A	A
Renta 4	85	70	C	C	D	A
Renta Corporación	39	64	CC	C	C	A
Repsol	11	4	AA	A	A	A
Reyal Urbis	118	95	DD	D	D	B

ORDEN ALFABÉTICO

Empresa	2010	2011	Calificación Global	Transparencia	Adecuación	Accesibilidad
Rovi	75	102	DD	D	D	B
Sacyr Vallehermoso	19	17	A	A	B	A
San José	100	88	DDD	D	D	B
Service Point	76	81	DDD	D	D	C
Sniace	60	86	DDD	D	D	B
Sol Meliá	52	38	BB	B	A	B
Solaria	67	48	B	C	C	A
Tavex Algodonera	58	69	CC	C	C	C
Técnicas Reunidas	96	79	C	D	D	B
Tecnocom	84	34	BB	B	B	B
Telefónica	5	10	A	A	A	A
Tubacex	56	62	CC	C	C	B
Tubos Reunidos	82	78	C	D	B	D
Unipapel	80	72	C	C	D	D
Uralita	70	89	DDD	D	D	C
Urbas	110	111	D	D	D	C
Vertice 360	88	87	DDD	D	D	A
Vidrala	62	35	BB	B	A	C
Viscofan	57	53	CCC	C	D	B
Vocento	87	97	DD	D	D	B
Vueling	111	109	D	D	D	D
Zardoya Otis	74	51	CCC	B	C	C
Zeltia	48	52	CCC	C	C	A

Este libro se imprimió en Madrid
en el mes de noviembre de 2011.

Puede hallarse información adicional en:

www.informereporta.es

informe reporta 2011

www.informereporta.es