

informe **reporta** 2012

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
2012

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

Madrid, 8 de noviembre de 2012

© Informe Reporta

Edita: Deva

Diseño y maquetación: QAR Comunicación

Imprime: Service Point

Edición no venal

ÍNDICE

Prólogo	5
Resumen ejecutivo	9
¿Qué es y cómo se hace Informe Reporta?	11
Resultados Informe Reporta 2012	15
<i>Ranking global</i>	29
<i>Ranking IBEX 35</i>	33
Desempeño por sectores industriales	35
Conclusiones	57
Anexos	59
Agrupación por sectores de empresas analizadas	60
Índice alfabético de empresas	61
Equipo Informe Reporta 2012	65

Prólogo

LA CALIDAD DE LA INFORMACIÓN Y SU EFECTO SOBRE LA EMPRESA

Prof. Joaquín Garralda

Una de las reglas de oro que más se utiliza en las aulas académicas a la hora de debatir si un comportamiento es ético o no es si resiste su publicación en el periódico local. En un premiado artículo de la *Harvard Business Review*¹ de 1987, sir Adrian Cadbury examinaba las complejas y a veces difíciles decisiones que en su familia habían tenido que tomar –como gestores de la empresa familiar– ante situaciones que implicaban dilemas éticos. El título del artículo es muy significativo: “Ethical managers make their own rules”, y una de las reglas que propone coincide con la regla de oro comentada: “Actions are unethical if they won’t stand scrutiny”.

En el contexto actual en el que la crisis financiera ha afectado a la economía de los países más desarrollados, la confianza en las comunicaciones de las empresas ha sufrido un importante descenso. Esta situación debe obligar a muchas empresas a reflexionar sobre su política de comunicación. Para evitar los perjuicios que se pueden producir ante un riesgo reputacional, el enfoque de los comunicados de las compañías debe ir más allá del cumplimiento estricto de las exigencias legales. Este enfoque es notoriamente insuficiente si se desea generar confianza en las perspectivas de futuro de

¹ Sir Adrian Cadbury. “Ethical managers make their own rules”; *Harvard Business Review*, (sep. 2007).

la compañía. La vía a seguir en este escenario es considerar la comunicación como una herramienta fundamental para “construir sentido” sobre la realidad de la empresa, que pueda ser percibido y entendido por las personas e instituciones que se relacionan con ella. Entendiendo por acciones que “construyen sentido” como aquellas acciones –principalmente de comunicación, pero no únicamente– que se integren con coherencia dentro de un esquema estructurado de señales que emite la empresa y que permitan a los diferentes grupos de interés hacer presunciones creíbles de su comportamiento futuro y del sentido de sus intenciones. El objetivo es generar una interpretación de la empresa que concuerde con la percepción que se hacen los usuarios de la información obtenida mediante otras fuentes.

En el barómetro anual que realiza la consultora Edelman sobre el estado de la confianza de las personas informadas² en relación a las distintas instituciones sociales, se incluye en el año 2012³ una pregunta que incide sobre el grado de confianza que tienen en las fuentes que proporcionan información sobre las empresas. En la lista de fuentes que se mencionan en la pregunta, se incluyen: la prensa, una categoría que denominan “múltiples fuentes *online*”, las redes sociales y los comunicados corporativos.

De los resultados de sus contestaciones se puede comprobar que se ha producido un sustancial aumento en la confianza en las redes sociales. Si en el año 2011 solo un 8% de los encuestados las utilizaba como una fuente que suministraba información fiable, en 2012 la cifra sube hasta un 14%, acercándose a la confianza concedida a los comunicados de las empresas. Si bien la confianza en estos comunicados corporativos ha mejorado desde su caída posterior al inicio de la crisis de 2008⁴, su evolución positiva está siendo lenta. En 2007⁵, un año anterior al inicio de la crisis, las empresas como institución tenían un nivel de confianza alto o bastante alto para el 53% de las personas informadas, cayendo estrepitosamente en 2009⁶ a un 38% en Estados Unidos, país donde la confianza en las empresas era mayor (un 58%).

Por otro lado, es destacable el continuo avance de las “múltiples fuentes *online*” como base para formarse una opinión. El porcentaje de personas que considera a estas fuentes *online* como fiables sube del 22% en 2011 al 26% en el 2012. Los periódicos impresos mantienen su preponderancia como base de su información para conocer la realidad de las compañías, aunque se recuperan poco de su anterior caída al inicio de la crisis. En este sentido, en 2011 un 29% de los encuestados los

² La encuesta se realiza en una muestra internacional, formada por más 5.000 personas entre 25 y 64 años, con formación universitaria, que forman parte del 25% de la población con mayor renta familiar por grupo de edad en cada país y que declaran un consumo significativo de medios y conocimiento de noticias empresariales y políticas públicas.

³ Edelman Trust Barometer 2012.

⁴ Edelman Trust Barometer 2008.

⁵ Edelman Trust Barometer 2008.

⁶ Edelman Trust Barometer 2009.

consideraba como fuente fiable para recoger información de las empresas y en 2012 sube hasta un 32%.

La conclusión que se puede extraer de estos datos es que las personas informadas utilizan una mayor variedad de fuentes para informarse sobre las empresas y que la capacidad de las empresas para influir sobre estas fuentes disminuye en gran medida por su dispersión y la relevancia en aumento de internet como un medio complejo de difícil gestión.

El Informe Reporta del año pasado apuntaba, como una de las tendencias percibidas en las memorias, el acercamiento entre los informes económicos y los de sostenibilidad. Esta tendencia se mantiene, aunque se pone en evidencia el difícil proceso de aprendizaje que supone dar coherencia a la memoria integrada. La línea argumental a veces se pierde y otras el énfasis en un tipo de datos va en menoscabo de la comunicación de otros. El apoyo de la web corporativa como fuente de información y el uso del soporte digital en cualquiera de sus plataformas aumenta la capacidad de comunicar unos datos que en las menguantes memorias en papel no caben, pero tiene la desventaja que se pierde en claridad del mensaje.

En este sentido, un estudio de PWC⁷ realizado en el año 2007 (por tanto, precrisis) proporciona unas conclusiones reveladoras. Utilizando como muestra a observar los analistas de la

reputada compañía Schroders Investment Management, se planteó un experimento sobre el efecto de la comunicación extra-económica. Se les dividió en dos grupos a los que se les suministraba dos tipos de información sobre una misma empresa danesa del sector de la salud (Coloplast), reconocida por la calidad de su información corporativa. Se les pedía a los analistas que desempeñaran su trabajo cotidiano –evaluar su capacidad de generar beneficios en el futuro y recomendar si vender o comprar el valor en bolsa–, si bien un grupo recibía únicamente la información financiera del informe integrado que hacía la compañía y otro grupo recibía el informe completo. En este caso la memoria incluía información cuantificada sobre su sostenibilidad, refiriéndose a temas de gobierno corporativo, conducta ética, impacto medioambiental y responsabilidad social. El resultado fue que el 60% de los que recibían la información completa recomendaba comprar las acciones de la compañía, mientras que el 80% de los que solo recibían la información económico-financiera recomendaba vender. Es decir, los analistas respondían positivamente cuando tenían más datos sobre los que hacerse una opinión sobre la calidad y futura sostenibilidad de los resultados de la compañía.

Esta conclusión es coherente con las recientes incorporaciones de unas entidades que tradicionalmente solo consideraban los aspectos económicos de las empresas. A las clásicas entidades que suministraban índices

⁷ PWC American Perspectives, Managing the way we live and work now and in the future (2007).

sostenibles –FTSE4Good y Dow Jones Sustainability Index– se han sumado los bancos de inversión tradicionales ofreciendo a sus clientes el servicio de análisis de temas ASG (ambiental, social y de gobernanza). Asimismo, los principales suministradores de información empresarial, como Thomson-Reuters (mediante Asset4) y Bloomberg (mediante The Sustainability Edge), también han ampliado su elenco de información sobre las empresas.

Esta tendencia de analistas y suministradores de información, que está acompañada por una mayor exigencia de los reguladores respecto a la transparencia, hace creer que

la decisión de mantenerse en un estado de baja calidad de la información suministrada tiene un coste creciente. Aceptar esta consideración no significa que sea fácil pasar de un estilo de información oscurantista o insuficiente a un estilo que permita “crear sentido” sobre la empresa en su perspectiva global. Es necesario un proceso de aprendizaje para dar coherencia a los datos, lo cual implica un esfuerzo y, especialmente, asumir el riesgo que se produce en un avance que muchas veces es mediante prueba y error.

Noviembre de 2012

Resumen ejecutivo

El *reporting* anual, entendido como el conjunto de informaciones que una compañía pone a disposición de sus grupos de interés, constituye una de las herramientas de comunicación más potentes de que dispone la empresa para la construcción de su reputación. La labor de Informe Reporta es medir la calidad del *reporting* de las compañías presentes en el Índice General de la Bolsa de Madrid (IGBM) teniendo en cuenta criterios de Transparencia, Adecuación y Accesibilidad.

En su tercera edición, Informe Reporta muestra una evolución descendente en las puntuaciones obtenidas por las empresas que de media obtienen 41,8 puntos, frente a los 45,8 del año anterior, en un escala de 100. Esta bajada se debe, por un lado, a una actualización en el instrumento de medición que ha supuesto un aumento de exigencia y, por otro, a que algunas empresas han renunciado a publicar informes de actividades o de responsabilidad corporativa para ahorrar costes, a cambio de sacrificar calidad en su *reporting*.

Rendimiento de las empresas

Las empresas del IBEX 35 vuelven a encabezar la clasificación de este año y Petróleo y Energía sigue siendo el sector que obtiene una valoración media más alta con 64,4 puntos. Al otro lado de la tabla, Alimentación y Productos Farmacéuticos son de nuevo los sectores donde se concentran las empresas con una peor calidad en su rendición de cuentas con una puntuación media de 24,2 y 20,4, algo sorprendente si se tiene en cuenta la sensibilidad social que despiertan estas dos industrias.

Trece empresas, el mismo número que el pasado año, obtienen la más alta calificación en los tres principios que mide Informe Reporta, Transparencia, Adecuación y Accesibilidad, de igual modo que un total de 24 forman parte del grupo A, el de mejores prácticas de los cuatro que componen el *ranking*.

La brecha se amplía

El estudio confirma la tendencia observada en la edición anterior de que quienes mejor reportan elevan cada año el estándar de rendición de cuentas. En este sentido, Informe Reporta observa excelentes prácticas de *reporting* y también detecta mejoras en muchas empresas. En cambio, las compañías con peores resultados no muestran una evolución positiva y, en algunos casos, incluso hay descenso en la calidad de la información aportada.

Por último, todavía existe un amplio margen de mejora en los tres principios analizados. Las puntuaciones medias logradas no llegan ni a la mitad de los puntos posibles. Esto no quiere decir que no haya compañías en IGBM con buenos sistemas de *reporting*, sino que un buen número de compañías cotizadas tienen que mejorar la forma en que rinde cuentas ante sus grupos de interés.

Las buenas prácticas de Informe Reporta 2012

- La transparencia en información general de Endesa.
- La transparencia en información financiera de Enagás.
- La transparencia en información de buen gobierno de Red Eléctrica.
- La rendición de cuentas en marco ético de Repsol.
- El *reporting* de RSC en Cementos Portland.
- El *reporting* medioambiental de Gamesa.
- El enfoque y la rendición de cuentas sobre relaciones con la sociedad de Inditex.
- La apariencia visual, formato, gráficos, resúmenes, de Ferrovial.
- La identificación de temas relevantes en rendición de cuentas de Meliá Hotels.
- El *microsite* de la memoria anual de Acciona, excelente por su usabilidad, accesibilidad y pluralidad de formatos.

¿Qué es y cómo se hace Informe Reporta?

Introducción

Informe Reporta es un estudio de valoración de la calidad de la información pública que las sociedades que componen el Índice General de la Bolsa de Madrid (IGBM) al 31 de diciembre de 2011 ponen a disposición de sus accionistas con motivo de la celebración de la Junta General de Accionistas de 2012. Informe Reporta no valora el desempeño de las empresas sino su voluntad y capacidad de facilitar información suficiente para que los grupos de interés con los que se relaciona puedan tomar decisiones en sus relaciones con la empresa informante.

Informe Reporta analiza el conjunto del *reporting* de la empresa, esto es la información financiera y no financiera –ambiental, social y de gobernanza, ASG en adelante–, la información obligatoria –informe de gestión y cuentas anuales, informe de gobierno corporativo, política de retribuciones– y la voluntaria –informe de actividades, responsabilidad social corporativa (RSC), sostenibilidad–, en soporte papel y digital. La fecha límite para tener en cuenta la información es el 31 de julio de 2012.

La elaboración del *reporting* es un proceso que va más allá de la rendición de cuentas en cumplimiento de una obligación legal. Es el momento en el que la empresa reflexiona sobre el entorno en el que se desenvuelve, analiza su desempeño en el ejercicio y expone qué quiere hacer en el futuro.

El *reporting* anual así entendido constituye una de las herramientas de comunicación más potentes de que dispone la empresa para la construcción de su reputación. Es una excelente oportunidad para mostrar de la manera más completa su desempeño, su situación, perspectivas y estrategias. En el contexto actual de crisis y de pérdida de credibilidad, las empresas deben aprovechar mejor su *reporting* para construir su relato y establecer una relación de confianza con sus interlocutores, lo que repercutirá favorablemente en su reputación.

Alcance

Para facilitar la comparación, a partir de la composición del IGBM a final de 2011, Informe Reporta agrupa las empresas en diez sectores en los que conviven empresas de gran tamaño y proyección internacional con otras de menor tamaño y ámbito local, lo que se tiene en cuenta a la hora de establecer conclusiones sectoriales.

Principios de evaluación

Informe Reporta se elabora por un grupo multidisciplinar de profesionales independientes con un instrumento de medición ela-

borado ex profeso que valora con una escala homogénea 33 indicadores agrupados en tres principios: Transparencia, Adecuación y Accesibilidad.

Transparencia

El principio de Transparencia valora hasta qué punto la información facilitada permite conocer la realidad de la empresa, su comportamiento en el ejercicio, su estrategia y sus perspectivas de futuro. Para la valoración del principio de Transparencia se utilizan 22 indicadores que miden la calidad de la información general y financiera de la empresa y la información relacionada con la responsabilidad corporativa y la sostenibilidad en dos bloques:

- Transparencia Financiera: evolución de los negocios, estrategia, información bursátil, gobierno corporativo, marco ético y gestión de riesgos
- Transparencia en Responsabilidad Corporativa (RC): relaciones con grupos de interés, estrategia y desempeño medioambiental y social

Adecuación

El principio de Adecuación valora hasta qué punto los temas sobre los que se informa son relevantes tanto para la empresa como para los accionistas y los grupos de interés con los que se relaciona, el proceso de elaboración y la verificación externa de la información no financiera. Se utilizan seis indicadores.

Una buena puntuación en este principio requiere tanto la identificación de los públicos a los que se dirige el *reporting* como de los asuntos relevantes. El Principio de Adecuación lleva a las empresas a rendir cuentas más allá de la información financiera y operativa tradicional. Se refiere generalmente a información voluntaria como las aspiraciones de la empresa, su papel en la sociedad, su posicionamiento frente a los retos globales, etc.

Accesibilidad

El principio de Accesibilidad valora hasta qué punto la información que se pone a disposición de los públicos es clara y fácil de entender y utiliza los soportes y tecnologías disponibles. La evaluación de la Accesibilidad se reparte en seis indicadores que miden la disponibilidad de la información a través de la web en diferentes formatos y en las lenguas correspondientes a las capacidades y mercados de la empresa, el cumplimiento de los estándares de accesibilidad web de la W3C-WAI, la usabilidad de la web, la claridad del lenguaje y de los textos, los elementos visuales en su caso y otros elementos que faciliten la comprensión y acceso.

Escala de medición

Cada indicador se puntúa según una escala de medición preestablecida y ajustada a las peculiaridades propias del indicador que va desde 0 (información inexistente) a 4 (información exhaustiva). Cada indicador tiene un peso específico en la puntuación total. La puntuación específica de cada indicador no se

hace pública. Solo las empresas interesadas pueden acceder a ella a través del encargo de un informe personalizado.

Cada año el instrumento de medición se somete a una revisión para actualizarlo y aumentar su fiabilidad y precisión. Se profundiza así en los indicadores que lo componen y se incorporan otros nuevos de acuerdo a las mejores prácticas internacionales de *reporting* y los cambios en los estándares sectoriales.

Los grupos

Informe Reporta clasifica a las empresas 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 las mejores sociedades obtienen 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 y están muy cerca del grupo A, las intermedias BB, las de menor calificación B y así sucesivamente en los grupos C y D.

Buenas prácticas

Más allá de la valoración final de la rendición de cuentas de cada empresa, tanto la ge-

neral como la específica en Transparencia, Adecuación o Accesibilidad, Informe Reporta destaca las buenas prácticas de empresas en *reporting* en aspectos concretos. Las buenas prácticas son iniciativas o modos de hacer específicos que, al evaluar los informes de cada empresa, se considera que elevan el estándar de *reporting*.

Resultados Informe Reporta 2012

VALORACIÓN MEDIA GLOBAL

La tercera edición de Informe Reporta muestra una evolución a la baja en la calidad del *reporting* de las empresas del IGBM, que pasa de una puntuación media de 45,8 en 2011 a 41,8 en este año (ver gráfico 1). Además, en esta edición, 63 empresas, dos más que el año pasado, obtienen puntuaciones inferiores a la media del IGBM.

El descenso de la puntuación media responde fundamentalmente a dos razones. La primera es que la actualización del instrumento de medición de Informe Reporta ha supuesto una ampliación del número de indicadores y un aumento del nivel de exigencia en alguno de ellos, en línea con las últimas tendencias internacionales en materia de *reporting*. La segunda es que, en el actual contexto económico, ha habido muchas empresas que han decidido no publicar este año informe de actividades o de responsabilidad corporativa, sacrificando la calidad del *reporting* en aras de la reducción de costes, aún a riesgo de debilitar su reputación frente a todos aquellos con y para los que trabajan.

Destaca que la puntuación mínima en 2012 es seis puntos inferior a la de 2011 y un 15% de la media de este año. Hay 32 empresas, diez más que en 2011, con una puntuación final inferior a los 20 puntos. Por otro lado, este año nueve empresas, dos más que el año anterior y todas ellas pertenecientes al IBEX 35, superan los 80 puntos, aproximadamente el doble de la puntuación media del IGBM.

La diferencia entre las puntuaciones máximas, mínima y media es mayor que el año pasado, lo que confirma la tendencia observada ya en la pasada edición de Informe Reporta: las mejores empresas lo hacen cada vez mejor, elevando el estándar del *reporting* (ver gráfico 2). Por otra parte, entre las empresas restantes, algunas avanzan significativamente, pero un grupo numeroso baja su valoración respecto al año pasado, casi siempre en relación con la ausencia de infor-

mación voluntaria y, en particular, sobre responsabilidad corporativa.

Las empresas que formaban parte del IBEX 35 a 31 de diciembre de 2011, lideran la clasificación. En el grupo A se sitúan veinte sociedades y en el B otras nueve. Solo Acerinox, Ebro Foods, Grifols, Mediaset (grupo C) y Técnicas Reunidas (grupo D) obtienen valoraciones inferiores que hacen bajar la media del IBEX 35.

Los mejores de Informe Reporta 2012

Las diez sociedades que encabezan la clasificación de Informe Reporta 2012 son las siguientes, todas ellas pertenecientes al IBEX 35 (como se puede ver en la tabla 1 situada en la siguiente página).

Entre las sociedades no pertenecientes al IBEX 35, las diez mejor clasificadas se pueden ver en la tabla 2.

GRÁFICO 1. EVOLUCIÓN DE LA PUNTUACIÓN MEDIA

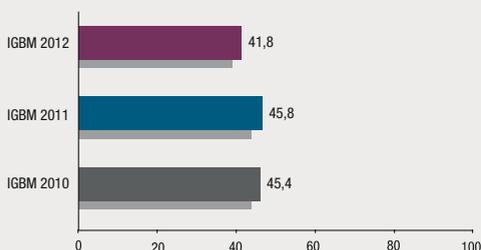


GRÁFICO 2. PUNTUACIÓN MÁXIMA, MÍNIMA Y MEDIA

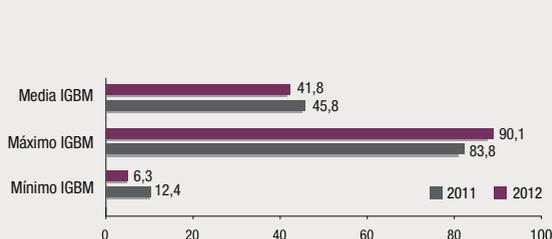


TABLA 1. 10 PRIMEROS CLASIFICADOS INFORME REPORTA

Posición	Empresa	Calificación global	Transparencia	Adecuación	Accesibilidad
1	Endesa	AAA	aaa	a	a
2	Enagás	AA	aaa	a	a
3	Red Eléctrica	AA	aaa	a	a
4	Iberdrola	AA	aa	a	a
5	Indra	AA	aa	a	a
6	Ferrovial	AA	a	a	a
7	OHL	AA	aa	a	a
8	Acciona	AA	aa	a	a
9	Repsol	AA	aa	a	b
10	Santander	A	aa	a	b

* La calificación de los principios Adecuación y Accesibilidad no se desglosa en triple, doble y sencilla.

TABLA 2. 10 PRIMEROS CLASIFICADOS EMPRESAS NO IBEX 35

Posición	Empresa	Calificación global	Transparencia	Adecuación	Accesibilidad
16	Meliá Hotels	A	aa	a	b
19	Enel GP	A	aa	a	b
23	Cementos Portland	A	a	a	b
24	Banesto	A	a	a	a
26	EADS	BBB	a	a	c
29	Vidrala	BB	bb	a	b
33	Fluidra	BB	bb	a	b
36	Antena 3TV	BB	bb	c	b
38	Iberpapel	B	bb	c	c
39	NH Hoteles	B	b	b	c

* La calificación de los principios Adecuación y Accesibilidad no se desglosa en triple, doble y sencilla.

Conclusiones clave del estudio

- La ausencia de información voluntaria (informe de actividades y de responsabilidad corporativa) de algunas sociedades hace descender la media este año.
- Se observa una mayor distancia entre las valoraciones, tanto positivas como negativas: en 2012, nueve sociedades, dos más que el año pasado, obtienen más de 80 puntos; al mismo tiempo son 32 las empresas que obtienen puntuaciones inferiores a 20 puntos, frente a 22 en la edición anterior.

COMPOSICIÓN DE LOS GRUPOS

La distribución de las empresas en los grupos muestra que la calidad media del *reporting* de las empresas del IGBM ha descendido: el número de empresas en el grupo A no ha aumentado (aunque sí las puntuaciones, como ya hemos visto) y se ha producido un trasvase del grupo B al C y de éste al D (ver gráfico 3).

Grupo A

El grupo A reúne a las empresas que más se acercan a las buenas prácticas internacionales de *reporting*. Endesa obtiene la calificación de AAA y ocho compañías consiguen AA: Enagás, Red Eléctrica, Iberdrola, Indra, Ferrovial, OHL, Acciona y Repsol. De las 24 empresas que forman el grupo, solamente cuatro (Meliá Hotels, Enel Green Power, Cementos Portland y Banesto) no forman parte del IBEX 35.

Las empresas del grupo A pertenecen a diversos sectores, pero destaca la concentración en Petróleo y Energía (7 de sus 10 empresas), Construcción (6 empresas) y Servicios Financieros (5 empresas). Llama la atención que cinco de los sectores evaluados no tengan ningún representante en este grupo.

El *reporting* de estas sociedades comparte determinadas características que giran en torno a su proyección internacional y el sector de actividad. Una gran mayoría operan en sectores de especial impacto medioambiental y social, por lo que están sometidas a un mayor escrutinio por clientes, medios y sociedad en general y, como consecuencia, las exigencias en *reporting* son mayores. La mayoría tienen un alto porcentaje de *free-float* y se negocian en mercados financieros internacionales, lo que implica la atención de inversores institucionales que demandan un *reporting*, financiero y no financiero, muy completo en el que basar sus decisiones de inversión.

Es significativo señalar que de las 112 empresas analizadas solo trece, el mismo número que en 2011, obtienen puntuaciones que les permiten situarse en el grupo A de calificación en cada uno de los tres principios que mide Informe Reporta:

Construcción	Ferrovial, OHL, Acciona
Materiales Básicos	Gamesa
Petróleo y Energía	Endesa, Enagás, Iberdrola, Gas Natural
Servicios Financieros	BBVA, CaixaBank, Banesto
Tecnología y Telecom.	Indra, Telefónica

¿Qué hacen las empresas que están en el grupo A?

- Todas rinden cuentas de su realidad y sus perspectivas más allá de su desempeño financiero y operativo.
- La gran mayoría de ellas ofrecen indicadores clave de gestión propios sobre los que reportan regularmente, independientemente de que los datos sean o no favorables.
- Todas intentan identificar y, en consecuencia, rendir cuentas de modo coherente, sobre lo que consideran relevante en función de su naturaleza e impacto, y no se limitan a cumplir estándares externos.
- Su rendición de cuentas es accesible, cuentan con diversos soportes y formatos, es fácil de encontrar y la usabilidad, en formatos electrónicos y web, es media-alta.

Grupo B

El grupo B está formado por 18 empresas, de las que la mitad pertenecen al IBEX 35. Las cuatro mejores del grupo –Inditex, EADS, ACS y Abertis– obtienen BBB y están muy próximas al grupo A.

En líneas generales, el *reporting* de las empresas del grupo B tiene un buen nivel de calidad aunque no sea el óptimo. Están en buena línea en cuanto a su enfoque del *reporting*, tienen informes de RSC y de actividades y

no hay lagunas graves en la información que facilitan. Las principales debilidades son que falta profundidad en temas relevantes relacionados con la actividad de la empresa y que en la información sobre responsabilidad corporativa frecuentemente se escoran hacia informes sobre la acción social.

Dentro de este grupo hay algunos casos, en contra de la tendencia general, en los que la información no financiera tiene mayor calidad que la financiera. Son empresas que operan en sectores de alto impacto medioambiental y social, como por ejemplo Vidrala. En el caso contrario se inscriben EADS y ArcelorMittal donde el grado de transparencia financiera no se corresponde con la escasa rendición de cuentas en el ámbito de la responsabilidad corporativa.

Grupos C y D

Los grupos C y D están compuestos por 70 empresas de las que tan solo siete alcanzan la puntuación media del IGBM (41,8). En conjunto, representan más de la mitad del IGBM y entre ellas hay cinco del IBEX 35 (Acerinox, Ebro Foods, Grifols, Mediaset y Técnicas Reunidas). Predominan aquí las empresas que pertenecen a los sectores de Productos Farmacéuticos, Alimentación, Inmobiliario y Materiales Básicos e Industria, que son, como veremos más adelante, los que tienen puntuaciones medias más bajas en todos los principios. Sorprende que industrias como Alimentación o Productos Farmacéuticos, con impacto evidente en temas muy sensibles para la sociedad como la

salud o la calidad y trazabilidad de los alimentos, mantengan consistentemente una pobre calidad de información.

En conjunto, la baja calidad del *reporting* en los grupos C y D se debe a distintas circunstancias: el tamaño, el mercado, la estructura de la propiedad y la falta de tradición a la hora de enfrentarse a una rendición de cuentas más allá de lo financiero.

En este aspecto es destacable el hecho de que determinados sectores –como los citados Alimentación y Productos Farmacéutico– a diferencia de sus competidores internacionales, todavía abordan muy tímidamente informes de actividades o de sostenibilidad donde cuenten temas relevantes en el

sentido que hemos definido para el principio de Adecuación. Pervive la idea de que hacer un informe no financiero es contar su acción social fundamentalmente y no su comportamiento en relación a todos los públicos con los que operan y su responsabilidad de producto o servicio que ofrecen. En muchos casos no dan más información que la estrictamente legal.

De nuevo conviene recordar que Informe Reporta no valora el desempeño de ninguna empresa, sino la calidad de su *reporting*, por lo que empresas que pueden tener buenos resultados económicos o estar bien consideradas en responsabilidad corporativa, pueden estar en este grupo por la baja calidad de su *reporting*.

GRÁFICO 3. COMPOSICIÓN DE LOS GRUPOS 2012 Y 2011



VALORACIÓN DE LOS SECTORES

La distribución de la puntuación media por sectores se muestra en la tabla 3 y en el gráfico 4 y tiene una gran similitud en las tres ediciones de Informe Reporta.

Independientemente del análisis de cada sector que se hace más adelante, en función de la puntuación media obtenida podemos dividir la clasificación sectorial en tres grupos:

1. En primer lugar, sectores cuyas empresas abundan en los factores que se han considerado como impulsores de la calidad del *reporting*. Es evidente que el impacto medioambiental y social en el caso de Petróleo y Energía o Construcción; la confianza como base del negocio en Servicios Financieros; la innovación como núcleo imprescindible en Tecnología y Comunicaciones; o la internacionalización de sus negocios y mercados son características que llevan a la mayoría de sus empresas a optar por un *reporting* completo, enfocado a gestionar su reputación y la relación con sus grupos de interés. La puntuación media supera a la del IGBM y sus empresas obtienen buenas valoraciones en los tres principios, Transparencia, Adecuación y Accesibilidad.
2. En segundo lugar, sectores con menor puntuación media porque en ellos conviven empresas con un *reporting* de calidad con otras en diversos estados de evolución. Es

TABLA 3. DISTRIBUCIÓN DE EMPRESAS POR GRUPO Y SECTOR

Sector	Puntuación media	Grupo				Total
		A	B	C	D	
Petróleo y Energía	64,4	7			3	10
Construcción	59,4	6	1		3	10
Servicios Financieros	54,1	5	4	2	3	14
Tecnología y Telecomunicaciones	48,1	2	2		3	7
Bienes de Consumo	41,2		4	3	3	10
Servicios de Consumo	39,5	2	3	5	6	16
Materiales Básicos e Industria	34,9	2	3	6	10	21
Inmobiliarias	28,0		1	3	3	7
Alimentación	24,2			4	5	9
Productos Farmacéuticos	20,4			3	5	8
Total		24	18	26	44	112

el caso de Bienes de Consumo, Servicios de Consumo y Materiales Básicos e Industria. Algunas de estas empresas comparan rasgos con las mencionadas anteriormente, en cuanto a mercados y riesgos, y destacan en su sector, pero en conjunto no han avanzado tanto y su puntuación media está por debajo de la del IGBM. Esto se debe sobre todo a la calidad de la información no financiera, tanto en cuanto al principio de Transparencia como al de Adecuación. Esta disparidad en la rendición de cuentas se refleja también en la valoración del principio de Accesibilidad.

- Por último, los sectores peor valorados son Productos Farmacéuticos, Alimentación e Inmobiliario, los tres con una diferencia significativa con la media del IGBM. El sector Inmobiliario está además condicionado

por su propia crisis dentro del contexto actual. Son sectores que, salvo excepciones, mantienen un nivel bajo incluso en Transparencia Financiera, que mide sobre todo la calidad de la información regulada. Además, en cuanto a información voluntaria, los informes de actividades o de responsabilidad corporativa son a menudo inexistentes, pobres o no rinden cuentas sobre temas relevantes propios de cada sector. No parece que sean conscientes de sus impactos y la gestión de los mismos, o al menos de la conveniencia de hacerla pública en atención a los colectivos con los que mantienen algún vínculo. Así pues, la falta de Transparencia se completa con bajas evaluaciones en Adecuación y en Accesibilidad. En este último principio, solo Viscofan supera la media teórica de puntuación.

GRÁFICO 4. PUNTUACIÓN MEDIA POR SECTOR DE ACTIVIDAD



CONTRIBUCIÓN DE LOS PRINCIPIOS A LA VALORACIÓN

La valoración de las empresas es el resultado de la suma de los valores de los indicadores que se miden para los tres principios, Transparencia, Adecuación y Accesibilidad. La contribución de cada uno de ellos a la valoración media del IGBM y a cada uno de los Grupos se puede ver en el gráfico 5.

Principio de Transparencia

El principio de Transparencia, con 65 puntos sobre 100, es el que más peso tiene en el instrumento de medición. La puntuación media es baja, 28,5 puntos sobre 65 posibles, inferior la media teórica, que se debe a la pobre aportación de las empresas en los grupos C y D.

Las empresas menos transparentes son las que cumplen con el mínimo en cuanto a los requisitos de la documentación legal y no facilitan a sus públicos el conocimiento de los aspectos incluidos en la información voluntaria, como los que se refieren a la responsabilidad corporativa. En conjunto, la puntuación en Transparencia es algo mejor que en 2011: hay 50 compañías, cuatro más que en 2011, que superan la media de puntuación del IGBM.

Transparencia Financiera y Transparencia en RC

El principio de Transparencia se compone de dos bloques. Transparencia Financiera, que mide la calidad de la información general y financiera, gobierno corporativo, marco ético y gestión del riesgo; y Transparencia en Responsabilidad Corporativa (RC), que mide la

TABLA 4. LÍDERES SECTORIALES 2012

Sector	Empresa	Calificación	Posición
Petróleo y Energía	Endesa	AAA	1
Construcción	Ferrovial	AA	6
Servicios Financieros	Santander	A	10
Tecnología y Telecomunicaciones	Indra	AA	5
Bienes de Consumo	Inditex	BBB	25
Servicios de Consumo	Meliá Hotels	A	16
Materiales Básicos e Industria	Abengoa	A	11
Inmobiliarias	Realia	B	41
Alimentación	Viscofan	CCC	46
Productos Farmacéuticos	Almirall	CCC	48

información relativa a las relaciones de la empresa con sus grupos de interés y la estrategia y desempeño medioambiental y social. La contribución de cada uno de los bloques a la puntuación total del principio de Transparencia se refleja en el gráfico 6.

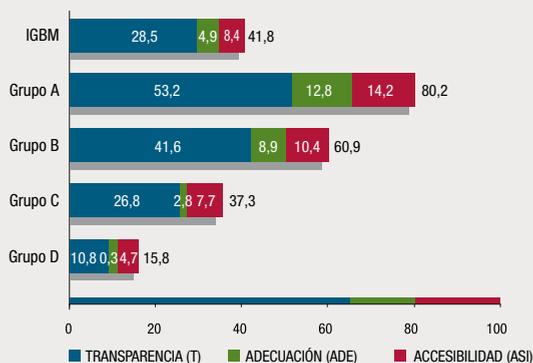
La contribución de Transparencia Financiera y Transparencia en RC tiene un peso similar en los grupos A y B y, por el contrario, se observa que la Transparencia en RC se va reduciendo en el grupo C hasta ser prácticamente inexistente en el grupo D. Esto se debe a que la información sobre responsabilidad corporativa es esencialmente voluntaria y solo las empresas de los grupos A y B manifiestan una voluntad efectiva en este campo.

Cuando hablamos de Transparencia en RC nos referimos a una serie de aspectos diversos como son la estrategia que la empresa

tiene en este ámbito, su modo de gestionarla y las relaciones con los diversos *stakeholders*, así como su gestión medioambiental, incluyendo su estrategia y desempeño en CO₂ y biodiversidad cuando a la empresa le compete. Esta información puede presentarse en una memoria ad hoc, de RSC o sostenibilidad, pero también en otros informes o documentos donde se rinda cuenta al respecto.

Por lo que respecta a la Transparencia Financiera, sorprende la omisión o escasez de información relevante como ratios financieros y bursátiles, datos de gobierno corporativo (remuneración a consejeros y alta dirección), algunos datos relativos a recursos humanos (creación o destrucción de empleo, contratos temporales), y datos de resultados de la gestión atención a clientes, proveedores y subcontratas.

GRÁFICO 5. CONTRIBUCIÓN DE LOS PRINCIPIOS A LA PUNTUACIÓN MEDIA EN 2012



Composición de los grupos

En el grupo A hay 28 empresas con una puntuación media de 53,2 puntos sobre 65 posibles. La empresa más transparente es Red Eléctrica, seguida de Enagás y Endesa, todas AAA en este principio y líderes de la calificación global de Informe Reporta 2012.

En el grupo B hay 17 empresas, con una puntuación media de 41,6 puntos sobre 65. La mejor de este grupo es ArcelorMittal con BBB. Las 67 restantes empresas del IGBM están en los grupos C y D con puntuaciones muy bajas, inferiores a la mitad de los puntos posibles y por debajo de la media del IGBM.

La composición de los grupos en los dos bloques que conforman el principio de Transparencia es muy diferente, aunque no influye mucho en la composición global por el peso

que la información financiera, en su mayoría reglada, tiene en el total y porque solamente las empresas de mayor calidad en *reporting* tienen puntuaciones altas en Transparencia en RC.

En Transparencia Financiera, solamente 27 empresas están en el grupo A. La empresa con mayor puntuación es Endesa, seguida de Enagás y FCC. En el otro extremo, en el grupo D, hay 32 empresas que se limitan a cumplir con el mínimo legal y que obtienen puntuaciones de menos de diez puntos. En cuanto a Transparencia en RC, el número de empresas en el grupo A es de 28 y se reduce en el grupo B, pero lo más significativo es que más de la mitad de las empresas del IGBM están en el grupo D.

Esta distribución es consistente con la voluntariedad de la información de responsabi-

GRÁFICO 6. CONTRIBUCIÓN DE TRANSPARENCIA FINANCIERA Y TRANSPARENCIA EN RC



lidad corporativa y su relativamente reciente incorporación al panorama de la información corporativa. La valoración está generalmente condicionada por la falta de estructura en la información que se presenta, que muchas veces es poco más que una declaración de intenciones y casi siempre basada en información cualitativa, sin datos que apoyen o demuestren las afirmaciones.

Principio de Adecuación

El principio de Adecuación supone 15 puntos sobre el total 100. La puntuación media es muy baja: 4,9 sobre 15 posibles, levemente inferior a los resultados del año 2011. La diferencia con la puntuación media obtenida por el grupo A (12,8 puntos) demuestra, al igual que en algunas empresas del grupo B, la actitud innovadora en *reporting* de las mejores empresas españolas que contrasta con la baja puntuación en los grupos C y D.

Adecuación es un concepto innovador y poco entendido por la mayor parte de las empresas del IGBM. Una buena puntuación en este principio requiere tanto la identificación de los grupos de interés a los que se dirige el *reporting* como de los asuntos que les son relevantes –en función de su actividad, impacto, dimensión, mercados–, para poder así enfocar el contenido de la información. Por lo tanto, el principio de Adecuación lleva a las empresas más allá de la información financiera y operativa tradicional y cubre extremos como las aspiraciones de la empresa, su papel en la sociedad o su posicionamiento frente a los retos globales. De esta manera, los temas tratados se ajustan a la realidad de cada empresa y no a los estándares de reporte generalmente aceptados.

El grupo A está formado por 27 empresas, con una media de 12,8 puntos sobre 15 posibles. Iberdrola lidera el *ranking* seguida de

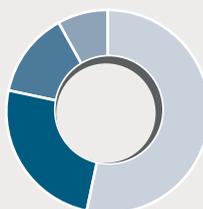
GRÁFICO 7. COMPOSICIÓN DE LOS GRUPOS TRANSPARENCIA

TRANSPARENCIA FINANCIERA



- Grupo A **27 empresas**
- Grupo B **23 empresas**
- Grupo C **30 empresas**
- Grupo D **32 empresas**

TRANSPARENCIA EN RC



- Grupo A **28 empresas**
- Grupo B **15 empresas**
- Grupo C **9 empresas**
- Grupo D **60 empresas**

Red Eléctrica, Ferrovial, OHL, Meliá Hotels, BBVA y Cementos Portland. El grupo B está formado por nueve empresas con calificación media de 9,3, algo más alta que la del año anterior. El grupo C, con ocho empresas, tiene una media de 6,4 puntos. Finalmente, el grupo D –el más numeroso formado por 68 empresas– tiene una media de 1 punto porque la información que comunican es muy parcial o solo dirigida a un grupo de interés: sus accionistas. Un total de 37 empresas en este grupo reciben cero puntos en este principio.

Principio de Accesibilidad

El principio de Accesibilidad obtiene una media de solo 8,4 puntos sobre 20 posibles. Su contribución a la valoración total aumenta relativamente a medida que baja la puntuación en los otros principios. Esto se debe porque al menos existe una web con alguna información y, por tanto, es imposible obtener un cero en este principio.

Los indicadores se refieren a requisitos formales y de presentación de la información para hacerla asequible a la comprensión de sus usuarios y a la usabilidad de la web a efectos del *reporting*, aspecto éste todavía poco cuidado por la mayoría de las empresas. Se valora la disponibilidad de la información a través de la web en diferentes formatos y en las lenguas correspondientes a las capacidades y mercados de la empresa, el cumplimiento de los estándares de accesibilidad web de la W3C-WAI, la usabilidad de la web, la claridad del lenguaje y de los textos, los elementos visuales en su caso y otros elementos que faciliten la comprensión y acceso.

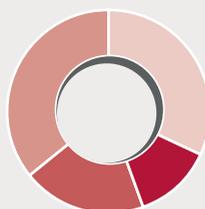
Las empresas del grupo A tienen una media de 15,7 puntos sobre un máximo posible de 20. Las empresas que encabezan las puntuaciones en Accesibilidad son: Ferrovial, Abengoa, Iberdrola, Acciona, Endesa y Gas Natural, todas ellas con puntuaciones por encima de 16 puntos. En lo que se refiere a

GRÁFICO 8. COMPOSICIÓN DE LOS GRUPOS EN ADECUACIÓN



- Grupo A **27 empresas**
- Grupo B **9 empresas**
- Grupo C **8 empresas**
- Grupo D **68 empresas**

GRÁFICO 9. COMPOSICIÓN DE LOS GRUPOS EN ACCESIBILIDAD



- Grupo A **14 empresas**
- Grupo B **22 empresas**
- Grupo C **40 empresas**
- Grupo D **36 empresas**

sus webs, estas empresas dan a la accesibilidad una posición prioritaria en su *reporting* porque comprenden el valor que tienen para llegar a sus públicos. Sus webs son y se mantienen accesibles.

El grupo B está formado por 22 empresas con una media de 11,9 puntos sobre 20. Muchas cumplen los criterios de accesibilidad web pero fallan en su mantenimiento. La menor exigencia en los criterios de accesibilidad y la falta de mantenimiento son los factores que hacen bajar la valoración.

Algo menos de la mitad de las empresas que componen el IGBM superan la media en este principio y tan solo 36 están en los grupos A y B.

El grupo C consta de 40 empresas con una media de 7,7 puntos, y el grupo D, formado por 36 empresas, tiene una media de 4 puntos. Esto significa que 76 sociedades no llegan a cumplir con los criterios de este principio para al menos llegar a la media del IGBM.

Ranking global

Orden	Empresa	Calificación Global	Transparencia	Adecuación	Accesibilidad
1	Endesa	AAA	aaa	a	a
2	Enagás	AA	aaa	a	a
3	Red Eléctrica	AA	aaa	a	b
4	Iberdrola	AA	aa	a	a
5	Indra	AA	aa	a	a
6	Ferrovial	AA	a	a	a
7	OHL	AA	aa	a	a
8	Acciona	AA	aa	a	a
9	Repsol	AA	aa	a	b
10	Santander	A	aa	a	b
11	Abengoa	A	a	b	a
12	Telefónica	A	a	a	a
13	Sabadell	A	aa	a	b
14	Gas Natural	A	a	a	a
15	FCC	A	aa	a	c
16	Meliá Hotels	A	aa	a	b
17	BBVA	A	a	a	a
18	Gamesa	A	a	a	a
19	Enel G. Power	A	aa	a	b
20	CaixaBank	A	a	a	a

Orden	Empresa	Calificación Global	Transparencia	Adecuación	Accesibilidad
21	IAG	A	aa	a	b
22	Sacyr	A	a	a	b
23	Cementos Portland	A	a	a	b
24	Banesto	A	a	a	a
25	Inditex	BBB	a	a	b
26	EADS	BBB	a	a	c
27	ACS	BBB	a	b	b
28	Abertis	BBB	bbb	b	b
29	Vidrala	BB	bb	a	b
30	B. Popular	BB	a	b	c
31	Bankinter	BB	bbb	c	b
32	ArcelorMittal	BB	bbb	b	c
33	Fluidra	BB	bb	a	b
34	Mapfre	BB	bb	b	b
35	BME	BB	bbb	d	b
36	Antena 3	BB	bb	c	b
37	Amadeus	B	bb	c	b
38	Iberpapel	B	bb	c	c
39	NH Hoteles	B	b	b	c
40	Tecnocom	B	b	b	c
41	Realia	B	bbb	c	d
42	Sniace	B	b	b	c
43	Prisa	CCC	ccc	c	b
44	Prosegur	CCC	b	d	c
45	Mediaset	CCC	ccc	c	b
46	Viscofan	CCC	b	d	b
47	Ebro Foods	CCC	b	d	c
48	Almirall	CCC	ccc	d	c
49	Codere	CC	ccc	d	c
50	Vocento	CC	cc	c	c
51	Zeltia	CC	cc	d	c
52	Dia	CC	cc	d	c

Orden	Empresa	Calificación Global	Transparencia	Adecuación	Accesibilidad
53	CIE Automotive	CC	cc	d	c
54	Inmobiliaria Colonial	C	ccc	d	d
55	Tavex	C	cc	d	d
56	Acerinox	C	cc	d	c
57	Duro Felguera	C	c	d	c
58	Inypsa	C	cc	d	c
59	Elecnor	C	c	d	c
60	Metrovacesa	C	cc	d	c
61	Alba	C	cc	d	c
62	Grifols	C	c	d	c
63	Deoleo	C	c	d	c
64	Catalana Occidente	C	ccc	d	d
65	Ence	C	c	d	c
66	Renta Corporación	C	c	d	c
67	Ercros	C	c	d	d
68	Adolfo Domínguez	C	c	d	d
69	Zardoya Otis	DDD	c	d	c
70	Amper	DDD	c	d	c
71	Dinamia	DDD	c	d	c
72	Europac	DDD	ddd	d	c
73	CAF	DDD	ddd	d	c
74	Jazztel	DDD	ddd	d	c
75	Miquel y Costas	DDD	c	d	d
76	Lingotes	DDD	ddd	d	d
77	Solaria	DDD	ddd	d	c
78	San José	DDD	ddd	d	c
79	Unipapel	DDD	ddd	d	d
80	Service Point	DDD	ddd	d	c
81	Quabit	DD	dd	d	c
82	Nicolás Correa	DD	dd	d	c
83	Fersa	DD	dd	d	c
84	Seda de Barcelona	DD	dd	d	c

Orden	Empresa	Calificación Global	Transparencia	Adecuación	Accesibilidad
85	Renta 4	DD	dd	d	c
86	Cleop	DD	dd	d	d
87	Azkoyen	DD	dd	d	d
88	Tubacex	DD	dd	d	d
89	Faes Farma	DD	dd	d	d
90	Natra	DD	dd	d	d
91	Urbas	DD	dd	d	d
92	Vueling	DD	dd	d	d
93	B. Valencia	DD	dd	d	d
94	Uralita	DD	dd	d	d
95	Bodegas Riojanas	DD	dd	d	d
96	Pescanova	DD	dd	d	d
97	Campofrío	DD	dd	d	d
98	Ezentis	DD	dd	d	d
99	Montebalito	DD	dd	d	d
100	GAM	DD	dd	d	d
101	Vértice 360º	DD	dd	d	d
102	Rovi	DD	dd	d	d
103	Técnicas Reunidas	DD	d	d	d
104	Funespaña	D	dd	d	d
105	Biosearch	D	d	d	d
106	Dermostética	D	d	d	d
107	Clínica Baviera	D	d	d	d
108	Tubos Reunidos	D	dd	d	d
109	Barón de Ley	D	d	d	d
110	Natraceutical	D	d	d	d
111	Reyal Urbis	D	d	d	d
112	Prim	D	d	d	d

Ranking IBEX 35

Orden IBEX	Empresa	Sector	Calificación Final
1	Endesa	Petróleo y energía	AAA
2	Enagás	Petróleo y energía	AA
3	Red Eléctrica	Petróleo y energía	AA
4	Iberdrola	Petróleo y energía	AA
5	Indra	Tecnología y telecomunicaciones	AA
6	Ferrovial	Construcción	AA
7	OHL	Construcción	AA
8	Acciona	Construcción	AA
9	Repsol	Petróleo y energía	AA
10	Santander	Servicios financieros	A
11	Abengoa	Materiales básicos, industria	A
12	Telefónica	Tecnología y telecomunicaciones	A
13	Sabadell	Servicios financieros	A
14	Gas Natural	Petróleo y energía	A
15	FCC	Construcción	A
16	BBVA	Servicios financieros	A
17	Gamesa	Materiales básicos, industria	A
18	CaixaBank	Servicios financieros	A
19	IAG	Servicios de consumo	A
20	Sacyr	Construcción	A
21	Inditex	Bienes de consumo	BBB
22	ACS	Construcción	BBB
23	Abertis	Servicios de consumo	BBB
24	B. Popular	Servicios financieros	BB
25	Bankinter	Servicios financieros	BB
26	ArcelorMittal	Materiales básicos, industria	BB
27	Mapfre	Servicios financieros	BB
28	BME	Servicios financieros	BB
29	Amadeus	Tecnología y telecomunicaciones	B
30	Mediaset	Servicios de consumo	CCC
31	Ebro Foods	Alimentación	CCC
32	Acerinox	Materiales básicos, industria	C
33	Grifols	Productos farmacéuticos	C
34	Técnicas Reunidas	Materiales básicos, industria	DD

Nota: Bankia y Aisa no se han incluido en Informe Reporta 2012 por las especiales circunstancias que atravesaban en el momento de elaboración del informe.

Desempeño por sectores industriales

Informe Reporta agrupa las empresas cotizadas en diez sectores de actividad en los que confluyen grandes compañías de carácter internacional con otras de ámbito local y menor tamaño. Esto produce que dentro de un mismo sector, donde las prácticas de reporting deberían ser homogéneas, pueda haber una gran diversidad de nota entre sus componentes.

De esta manera, en sectores destacados por sus altas puntuaciones medias, como Petróleo y Energía o Construcción, conviven empresas de calificación A con otras que no pasan de D. En cambio, este hecho no se produce en los sectores con los niveles más bajos, como Alimentación y Productos Farmacéuticos, donde ninguna compañía supera la nota C.

A continuación se analiza sector por sector, su rendimiento respecto a la media del estudio y las buenas prácticas observadas entre las empresas que lo componen.

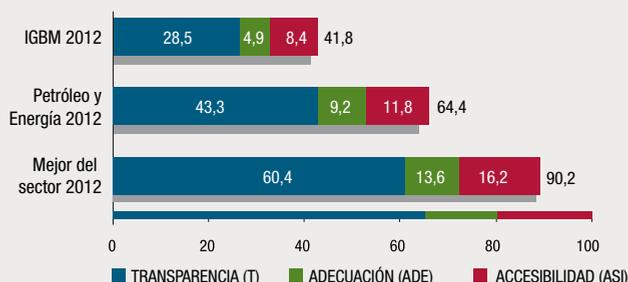
Petróleo y Energía

El sector Petróleo y Energía está siempre en el centro de atención. El fuerte impacto medioambiental de sus actividades y la importancia de la seguridad de suministro como componente esencial del bienestar y desarrollo social pone al sector en el foco de atención de la sociedad. El subsector eléctrico tiene que hacer frente a retos considerables en un escenario de cambio regulatorio, liberalización de precios, menor consumo, con el debate sobre el futuro de la energía nuclear como telón de fondo. El subsector de renovables está en fase de reordenación, reducción de subvenciones y canalización de

inversiones hacia tecnologías competitivas. El subsector petróleo y gas necesita fuertes inversiones en exploración y producción y en reducción de emisiones de carbono.

El sector Petróleo y Energía, liderado por Endesa, es el de mayor puntuación media, ya que une, a la alta valoración en Transparencia Financiera, el impulso diferencial en Transparencia en RC y en Adecuación. Solamente tres obtienen puntuaciones medias bajas y están en el grupo D (Solaria, Fersa y Montebalito), ya que no puntúan en el principio de Adecuación ni en los indicadores de Transparencia en RC.

GRÁFICO 10. PETRÓLEO Y ENERGÍA – PUNTUACIÓN MEDIA 64,4



Buenas prácticas en el sector

- La identificación de temas materiales o relevantes para los públicos y la propia empresa sobre los que reportan en consecuencia en Endesa, Red Eléctrica, Iberdrola y Enel GP.
- La rendición de cuentas en gobierno corporativo de Enagás y Repsol.
- La accesibilidad de la información, la claridad de textos, la atención prestada a gráficos, apoyos visuales, resúmenes, etc., en Enagás, Endesa, Gas Natural, Iberdrola, Red Eléctrica y Repsol.
- La exhaustividad de la información medioambiental tanto en gestión y políticas como en emisiones de gases efecto invernadero y en biodiversidad de Gas Natural, Iberdrola y Red Eléctrica.

TABLA 5. PETRÓLEO Y ENERGÍA – EMPRESAS Y DISTRIBUCIÓN POR GRUPO

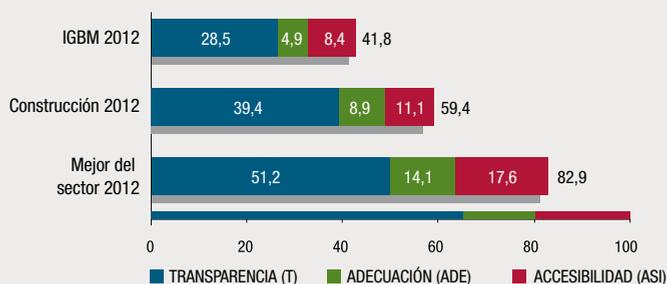
	A	B	C	D
Enagás	■			
Endesa	■			
Enel Green Power	■			
Fersa				■
Gas Natural	■			
Iberdrola	■			
Montealito				■
Red Eléctrica	■			
Repsol	■			
Solaria				■

Construcción

El sector Construcción engloba sociedades que han diversificado su actividad fuera de la construcción y que, sobre todo, se han expandido fuera de España, junto a otras de menor tamaño como Cleop y San José y otras que, como Portland y Uralita, no son constructoras, aunque su actividad está ligada al sector. Tienen que hacer frente a cuestiones ambientales y de seguridad en países emergentes a los que han desplazado gran parte de su actividad. La capacidad de gestionar temas medioambientales, consumo de agua y energía, y de hacer frente a situaciones de soborno y corrupción serán determinantes en el éxito de su expansión internacional.

Al igual que en el sector Petróleo y Energía, destaca la alta puntuación de las empresas punteras. De las diez que pertenecen a este sector, liderado por Ferrovial, seis se sitúan en el grupo A. Todas ellas tienen una valoración excelente en transparencia en RC y buena, aunque no a ese nivel de excelencia, en transparencia financiera. Una empresa de este sector, ACS, está en el grupo B, con nota BBB, es decir, muy cercana al grupo de buenas prácticas. Tres empresas quedan situadas en el grupo D, San José, Cleop y Uralita, por las bajas puntuaciones obtenidas en los indicadores de Transparencia, a lo que se añade una baja puntuación en Adecuación.

GRÁFICO 11. CONSTRUCCIÓN – PUNTUACIÓN MEDIA 59,4



Buenas prácticas en el sector

- La transparencia en política retributiva de ACS.
- La identificación de los temas relevantes para la empresa y para los grupos de interés de Cementos Portland, así como el modo de contar la distribución de valor económico a los grupos de interés, tanto gráfica como conceptualmente.
- El *reporting* no financiero de OHL en lo que respecta a gestión, integración y estrategia, recursos humanos, clientes y medio ambiente, incluyendo gases de efecto invernadero.
- La información de Acciona sobre su marco ético.
- La accesibilidad de la rendición de cuentas de Ferrovial por soportes y formatos y usabilidad de la web, estilo de redacción, cuadros que facilitan la lectura.
- La atención prestada a la innovación en la rendición de cuentas en gran parte de las empresas.
- El avance en la rendición de cuentas medioambiental de gran parte del sector.

TABLA 6. CONSTRUCCIÓN – EMPRESAS Y DISTRIBUCIÓN POR GRUPO

	A	B	C	D
Acciona	■			
ACS		■		
Cementos Portland	■			
Cleop				■
FCC	■			
Ferrovial	■			
OHL	■			
Sacyr	■			
San José				■
Uralita				■

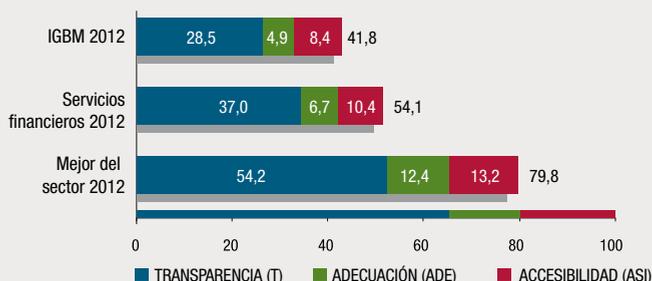
Servicios Financieros

El sector Servicios Financieros, y muy especialmente la industria bancaria, está atravesando una crisis de reputación sin precedentes. Los bancos necesitan recuperar la credibilidad para poder contribuir a la estabilidad del sistema financiero y a la recuperación económica. Una situación parecida viven las empresas de gestión de activos e inversión y, en menor medida, las compañías de seguros. Sin embargo, mientras los bancos internacionales están realizando un gran esfuerzo para incorporar y comunicar las mejores prácticas en gobierno corporativo, gestión del riesgo y conducta ética e integrar los

temas ambientales y sociales en la gestión, el resto de las empresas del sector parece, en general, haber quedado al margen de las nuevas tendencias.

El sector Servicios Financieros, encabezado por Santander, está formado por catorce empresas que, por los requisitos regulatorios y por la dilatada experiencia en bolsa de muchos de sus componentes, obtienen puntuaciones que las sitúan en los grupos A y B, formado por nueve empresas, que fueron doce en 2011. Las empresas de los grupos C y D presentan puntuaciones bajas o inexistentes en Transparencia en RC y Adecuación.

GRÁFICO 12. SERVICIOS FINANCIEROS – PUNTUACIÓN MEDIA 54,1



Buenas prácticas en el sector

- La información general y financiera proporcionada por Santander, una de las más transparentes en esta área y en lo relativo a buen gobierno.
- El Balance Social de BBVA, así como el enfoque de su memoria de RSC sobre la base de tres temas: educación financiera, inclusión financiera y banca responsable.
- El conjunto del *reporting* de Banco de Sabadell tanto de forma como de contenido, sencillo en el texto, visualmente atractivo y con datos concretos.
- La accesibilidad de CaixaBank, tanto en soportes y formatos como en la web, su usabilidad y el estilo general.

TABLA 7. SERVICIOS FINANCIEROS – EMPRESAS Y DISTRIBUCIÓN POR GRUPO

	A	B	C	D
Alba				
Banco Popular				
Banco Valencia				
Banesto				
Bankinter				
BBVA				
BME				
CaixaBank				
Catalana Occidente				
Dinamia				
Mapfre				
Renta 4				
Sabadell				
Santander				

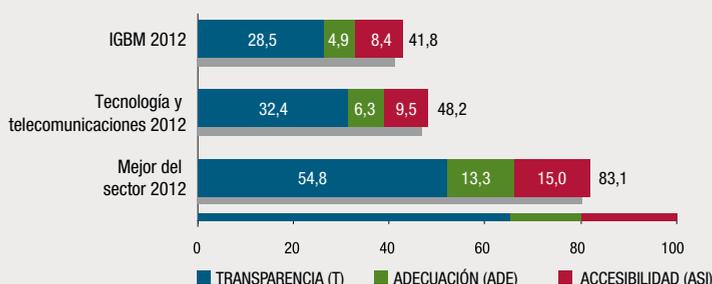
Tecnología y Telecomunicaciones

El sector Tecnología y Telecomunicaciones está formado por dos de telefonía (Teléfonica y Jazztel) y cinco empresas de tecnología. Se caracteriza por la intensa competencia y la influencia de los precios, la presión regulatoria y la creciente desaparición de las diferencias entre telefonía fija móvil. El sector tiene ante sí el reto de mejorar la calidad de vida y mantener las relaciones personales sin necesidad de desplazamientos con la consiguiente reducción de impactos medioambientales derivados de viajes y desplazamientos. En un mercado dominado por los cambios tecnológicos, las operadoras de telefonía tienen que ser capaces de demostrar su capacidad de integración de las nuevas tecnologías y de adaptación a los nuevos mercados emergen-

tes. Tienen que ser capaces de atraer a los mejores talentos para desarrollar nuevas soluciones tecnológicas con mayor índice de seguridad y fiabilidad. Las empresas en el sector defensa y seguridad se enfrentan a riesgos reputacionales derivados de su actividad.

El sector está liderado por dos compañías con fuerte presencia internacional y larga experiencia en bolsa, Indra (líder del sector) y Telefónica, que reciben muy buenas puntuaciones en los indicadores de Transparencia, Adecuación y Accesibilidad. Dos sociedades (Amadeus y TecnoCom) se sitúan en el grupo B y presentan cierta irregularidad en las puntuaciones obtenidas. Las tres compañías del grupo D y sus puntuaciones penalizan la puntuación media del sector.

GRÁFICO 13. TECNOLOGÍA Y TELECOMUNICACIONES – PUNTUACIÓN MEDIA 48,1



Buenas prácticas en el sector

- La transparencia financiera y la información cualitativa de Telefónica.
- El informe integrado de Indra y su esfuerzo al respecto así como el enfoque de gestión y estrategia de RSC y contar con cada área de negocio el impacto social, medioambiental, etc.
- La descripción de la política de *lobby* en Indra, la única empresa que la explica.
- La excelente accesibilidad del conjunto del *reporting* de Telefónica.

TABLA 8. TECNOLOGÍA Y TELECOMUNICACIONES – EMPRESAS Y DISTRIBUCIÓN POR GRUPO

	A	B	C	D
Amadeus				
Amper				
Ezentis				
Indra				
Jazztel				
Tecnocom				
Telefónica				

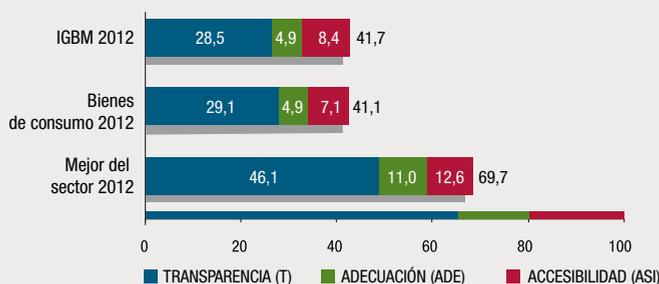
Bienes de Consumo

El sector Bienes de Consumo se compone de empresas papeleras, textiles y un fabricante de envases de vidrio. El papel es un producto cada vez más hecho a medida de las necesidades del cliente por lo que la capacidad de innovación y la flexibilidad para adaptarse a la demandas son factores clave del éxito. Las papeleras se enfrentan, además, a importantes retos en la gestión responsable de las plantaciones forestales. En el sector textil, la gestión de inventarios, la capacidad de distribución y el *marketing* global marcan la diferencia. En un mercado débil, consecuencia de la crisis internacional, los consumidores son cada vez más exigentes con la gestión ética de proveedores y el

impacto medioambiental de los productos. El mercado de envases de vidrio es muy competitivo, con altos costes de energía y presión sobre precios, en el que las empresas que invierten en medio ambiente y tecnología tienen una ventaja competitiva.

Aunque ninguna las empresas del sector Bienes de Consumo está en el grupo A, se observan progresos en cuanto al enfoque del *reporting*, superando el cumplimiento de legalidad. Inditex (con BBB, muy cerca del grupo A), Vidrala, Iberpapel y Sniace están en el grupo B con puntuaciones altas en Adecuación y en Transparencia en RC. Las empresas del grupo C (Tavex, Ence y Adolfo Domínguez) tienen puntuaciones irregula-

GRÁFICO 14. BIENES DE CONSUMO – PUNTUACIÓN MEDIA 41,2



res, mezclando altas puntuaciones en unos indicadores con puntuaciones muy bajas en otros. Las tres empresas del grupo D (Eu-

ropac, Miquel y Costas y Unipapel) tienen puntuaciones muy y bajas o inexistentes en Adecuación y Accesibilidad.

Buenas prácticas en el sector

- La excelente rendición de cuentas en el ámbito de relaciones con proveedores de Inditex.
- La información medioambiental, datos cuantitativos, iniciativas, de Inditex.
- La adecuación en el *reporting* de Vidrala identificando públicos y temas materiales.
- La información exhaustiva de RC de Vidrala.
- La accesibilidad del *reporting* de Inditex, por soportes y formatos, accesibilidad y usabilidad de su web, etc.

TABLA 9. BIENES DE CONSUMO – EMPRESAS Y DISTRIBUCIÓN POR GRUPO

	A	B	C	D
Adolfo Domínguez				
Ence				
Europac				
Iberpapel				
Inditex				
Miquel y Costas				
Sniace				
Tavex				
Unipapel				
Vidrala				

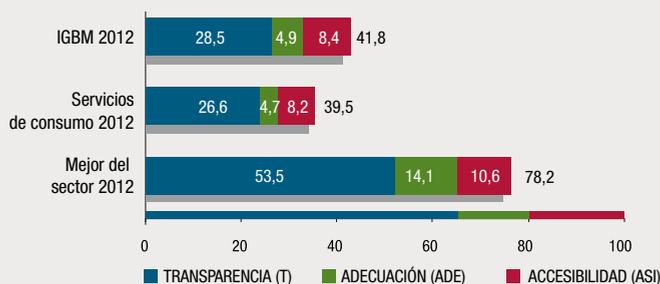
Servicios de Consumo

El sector Servicios de Consumo es muy numeroso y heterogéneo. Engloba empresas de industrias muy diferentes, algunas de gran tamaño y dimensión internacional y otras pequeñas, con poco historial en bolsa. El subsector Aerolíneas, clave en la globalización y el desarrollo de la sociedad actual y altamente cíclico, está sujeto a fuertes presiones para reducir su impacto medioambiental y las emisiones de CO₂. Muy ligado Aerolíneas, el subsector Viajes y Turismo tiene que cuidar la salud y seguridad y su impacto social y medioambiental en las comunidades y países en los que opera. El subsector Medios

de Comunicación se enfrenta a una grave crisis derivada del uso de nuevas tecnologías y gestión de contenidos. Al mismo tiempo, dada su influencia en la opinión pública, deben cuidar especialmente la transparencia y la ética.

La puntuación media del sector está por debajo de la media del IGBM con un abanico muy amplio de puntuaciones. El tramo alto está encabezado por empresas ligadas Aerolíneas y Viajes y Turismo mientras que en el tramo más bajo nos encontramos con un grupo muy diverso con la característica común de su reciente presencia en bolsa y

GRÁFICO 15. SERVICIOS DE CONSUMO – PUNTUACIÓN MEDIA 39,5



ámbito de actividades circunscrito a España. Sorprende la baja calificación obtenida por las empresas de medios de comunicación, todas en el grupo C con la excepción de Antena 3, que está en el grupo B junto con NH

Hoteles y Abertis. En el grupo C hay cinco empresas (Prisa, Vocento, Mediaset, Prosegur y Codere) y en el grupo D se sitúan las restantes, que no puntúan en Transparencia en RC y Adecuación.

Buenas prácticas en el sector

- La impecable información general y financiera de IAG.
- La excelente rendición de cuentas en responsabilidad corporativa de Meliá Hotels.
- El tratamiento de Adecuación en Meliá Hotels.

TABLA 10. SERVICIOS DE CONSUMO – EMPRESAS Y DISTRIBUCIÓN POR GRUPO

	A	B	C	D
Abertis		■		
Antena 3		■		
Clínica Baviera				■
Codere			■	
Corp. Dermoestética				■
Funespaña				■
IAG	■			
Mediaset			■	
Meliá Hotels	■			
NH Hoteles		■		
Prisa			■	
Prosegur			■	
Service Point				■
Vértice 360				■
Vocento			■	
Vueling				■

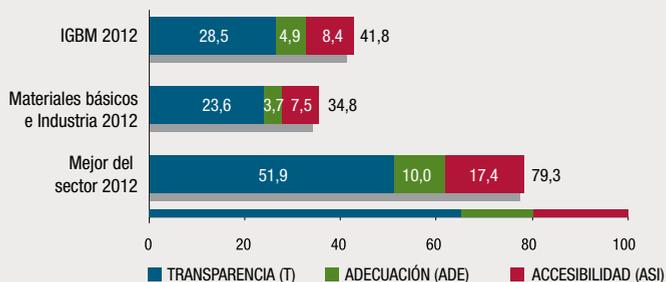
Materiales Básicos e Industria

Se trata de un sector que incluye empresas muy dispares en actividad (bienes de equipo, ingeniería o siderurgia) en tamaño, grado de internacionalización y capitalización bursátil. Las empresas siderúrgicas tienen que hacer frente a las restricciones a las emisiones de CO₂ y a los riesgos de cambio climático y en el plano económico a la fuerte competencia de productores en Rusia y China, con legislaciones medioambientales menos exigentes. Los fabricantes de maquinaria industrial y componentes se enfrentan a retos similares en cuanto a la eficiencia, el ciclo de vida de

las máquinas y, además, los temas de derechos humanos y de salud y seguridad de los proveedores en países emergentes.

En el grupo A hay solamente dos empresas (Abengoa y Gamesa), ambas relacionadas con las energías renovables y con muy buenas puntuaciones en Transparencia en RC y en Accesibilidad. En el grupo B hay tres sociedades: EADS, ArcelorMittal y Fluidra. El resto del sector está en los grupos C y D, con puntuaciones muy bajas en casi todos los indicadores pero sobre todo en Adecuación y Transparencia en RC.

GRÁFICO 16. MATERIALES BÁSICOS E INDUSTRIA – PUNTUACIÓN MEDIA 34,9



Buenas prácticas en el sector

- La excelente información de EADS en cuanto a evolución general de la empresa, actividades, gestión de riesgos y estrategia.
- La información sobre la gestión ambiental en Abengoa.
- La descripción del marco ético de Gamesa, que especifica resultados y medidas.
- El *reporting* de responsabilidad corporativa de Gamesa de gran profundidad, con profusión de datos cuantitativos.
- Las relaciones con la comunidad y la medición del impacto de la acción social en Abengoa.

TABLA 11. MATERIALES BÁSICOS E INDUSTRIA – EMPRESAS Y DISTRIBUCIÓN POR GRUPO

	A	B	C	D
Abengoa				
Acerinox				
ArcelorMittal				
Azkoyen				
CAF				
CIE Automotive				
Duro Felguera				
EADS				
Elecnor				
Ercros				
Fluidra				
GAM				
Gamesa				
Inypsa				
Lingotes Especiales				
Nicolás Correa				
Seda de Barcelona				
Técnicas Reunidas				
Tubacex				
Tubos Reunidos				
Zardoya Otis				

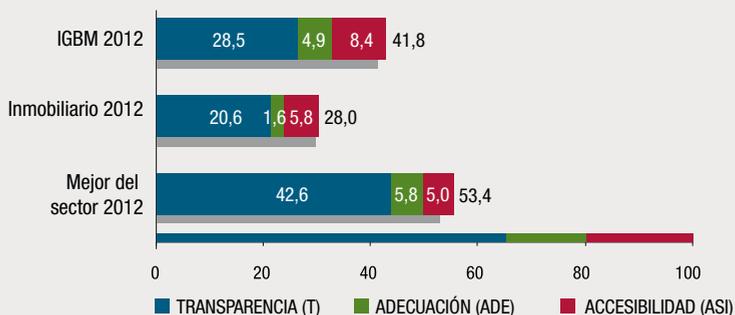
Inmobiliario

El sector Inmobiliario está formado por pocas empresas, promotoras y patrimoniales, cuya actividad desarrolla fundamentalmente en España. La mayoría tiene un reciente historial en bolsa y el *freefloat* es muy bajo. Atraviesa una fuerte crisis de la que tardará muchos años en recuperarse y que modificará por completo su forma de actuar. La promoción residencial, que ha sido el motor de desarrollo de estas empresas, se está desplazando poco a poco hacia el patrimonio en alquiler y los inmuebles comerciales y de oficinas. Las inmobiliarias del futuro tendrán que construir inmuebles sostenibles que posibiliten bajos consumos de energía y agua y menores emisiones de gases de efecto invernadero. La selección de mate-

riales de calidad apropiados al objetivo de eficiencia energética será un factor clave en los inmuebles ya sean residenciales, comerciales o industriales. La normativa de desarrollos inmobiliarios tendrá, además, mayores exigencias respecto a los impactos medioambientales.

Es un sector tradicionalmente opaco, lo que unido a la delicada situación económica que atraviesan todas las empresas, hace que la calidad del *reporting* sea muy baja y que en la mayoría de los casos se limite a cubrir las exigencias legales. Solo una sociedad, Realia, supera la media del IGBM, informa sobre temas no financieros, pero obtiene baja puntuación en los principios de Adecuación y Accesibilidad.

GRÁFICO 17. INMOBILIARIO – PUNTUACIÓN MEDIA 28,0



Buenas prácticas en el sector

- La información sobre evolución de los negocios y estrategia en Realia.

TABLA 12. INMOBILIARIO – EMPRESAS Y DISTRIBUCIÓN POR GRUPO

	A	B	C	D
Inmobiliaria Colonial				
Metrovacesa				
Quabit				
Realia				
Renta Corporación				
Reyal Urbis				
Urbas				

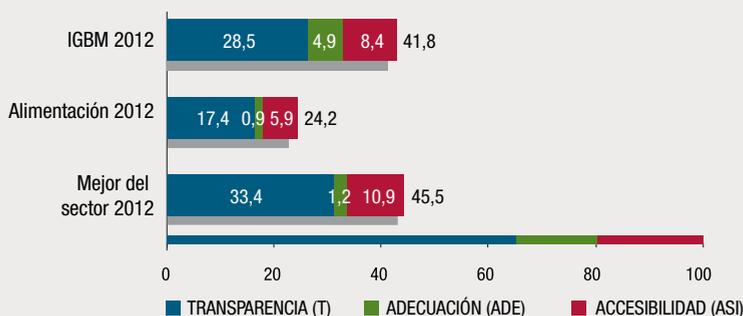
Alimentación

La sociedad es cada vez más consciente de la necesidad de una alimentación sana y equilibrada. La industria de la alimentación tiene que responder a mayores exigencias por parte de los consumidores en cuanto a calidad de producto y sus ingredientes y la información en el etiquetado. El crecimiento en mercados emergentes presenta oportunidades para marcas establecidas que, por otra parte, tienen que enfrentarse al desarrollo de las marcas blancas, sobre todo en mercados que, como el español, están afectados por la crisis económica. El mercado de distribución de alimentación se caracteriza por una fuerte competencia en todos los niveles y formatos. El desarrollo de marcas propias, con

mejor precio y mejor margen que las marcas establecidas, es un factor clave de éxito. El control de calidad y la transparencia en la cadena de proveedores son retos comunes a los productores y los distribuidores de alimentación.

El sector Alimentación engloba empresas domésticas, pequeñas y con un accionariado concentrado, junto a empresas de presencia multinacional, de gran tamaño y con un accionariado diversificado. Pese a la presencia de estas grandes compañías multinacionales, la calidad del *reporting* del sector es baja, es el segundo sector que menor puntuación ha conseguido en la práctica totalidad de los indicadores. Ninguna de las empresas del

GRÁFICO 18. ALIMENTACIÓN – PUNTUACIÓN MEDIA 24,2



sector está en los grupos A y B, aunque hay dos, Viscofan y Ebro Foods, muy cercanas al grupo B, del cual formarían parte si no fuera por las bajas puntuaciones obtenidas en información sobre responsabilidad corporativa y en el principio de Adecuación. La única empresa de distribución, Dia, que acaba de

debutar en bolsa (julio de 2011) y publica un informe anual por primera vez, está también en el grupo C. El resto de las empresas del sector está en el grupo D, con puntuaciones muy bajas en todos los indicadores especialmente en información sobre responsabilidad corporativa y en el principio de Adecuación.

Buenas prácticas en el sector

- El análisis financiero en Ebro Foods.

TABLA 13. ALIMENTACIÓN – EMPRESAS Y DISTRIBUCIÓN POR GRUPO

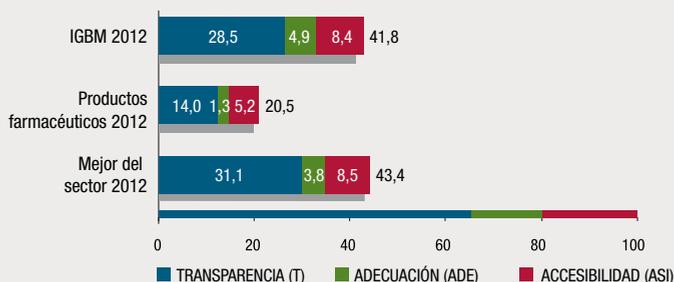
	A	B	C	D
Barón de Ley				■
Bodegas Riojanas				■
Campofrío				■
Deoleo			■	
Dia			■	
Ebro Foods			■	
Natra				■
Pescanova				■
Viscofan			■	

Productos Farmacéuticos

El motor de crecimiento del sector farmacéutico es la investigación para el desarrollo de nuevos productos. Por otra parte, la expiración de determinadas patentes de productos establecidos abre oportunidades de crecimiento a los fabricantes de genéricos. El efecto de la crisis económica es patente en el sector debido a la necesidad de cortar el gasto en sanidad. Los fabricantes tienen que hacer frente al debate sobre la influencia genética de determinados productos y cuestiones éticas en la investigación y seguridad de productos.

El sector Productos Farmacéuticos está formado por ocho empresas, muchas de las cuales tienen una fuerte capacidad investigadora y una fuerte presencia internacional, pese a lo cual es el sector con peor calificación del IGBM, con una puntuación muy inferior a la media. Solo una, Almirall, supera la media del IGBM y se coloca cerca del grupo B. Además de Almirall, en el grupo C hay otras dos empresas más, Zeltia y Grifols. El resto está en el grupo D, algunas, como Biosearch y Natraceutical, con menos de 10 puntos, y Prim como farolillo rojo del IGBM.

GRÁFICO 19. PRODUCTOS FARMACÉUTICOS – PUNTUACIÓN MEDIA 20,4



Buenas prácticas en el sector

- Ninguna empresa del sector tiene prácticas de *reporting* destacables.

TABLA 14. PRODUCTOS FARMACÉUTICOS – EMPRESAS Y DISTRIBUCIÓN POR GRUPO

	A	B	C	D
Almirall				
Biosearch				
Faes Farma				
Grifols				
Natraceutical Group				
Prim				
Rovi				
Zeltia				

Conclusiones

El *reporting* de calidad, esto es transparente, adecuado y accesible, es una herramienta fundamental para la comunicación de las empresas y su reputación, una oportunidad que las mejores sociedades están aprovechando y al que dedican considerables esfuerzos como constata Informe Reporta. Son muchas las buenas prácticas de quienes lideran el *ranking*, pero, también, de otras muchas sociedades cuyo *reporting* no es óptimo todavía, pero está mejorando de modo evidente.

De igual modo se observa que algunas empresas siguen con un enfoque muy limitado de las posibilidades que ofrece el *reporting* y no ofrecen más información que la estrictamente legal y de carácter financiero. Son totalmente ajenas al hecho de que su rendición de cuentas puede ser algo más que una obligación legal, una oportunidad de creación de reputación.

Informe Reporta considera que hay un amplio espacio para mejorar en adecuación en la rendición de cuentas de algunas empresas, esto es en identificar los temas relevantes sobre los que una sociedad debe informar en función de su actividad, impacto, mercados y públicos con los que opera y, en consecuencia, reportar sobre estos.

La accesibilidad, que es un aspecto fundamental de la calidad de la rendición de cuentas, muestra también posibilidades de

mejora para muchas empresas que deben dedicar más esfuerzos al mantenimiento y accesibilidad de sus webs.

¿Quiere mejorar su *reporting* anual?

- No omita ninguna información que pueda contar qué hace la empresa y mostrar de modo transparente sus actividades.
- No oculte datos o haga difícil llegar a ellos. Se nota cuándo una empresa quiere ser opaca y, con literatura o retórica, o incluso visualmente, trata de desviar la atención y no hacer tan evidente la ausencia de información, incluso de temas financieros habituales.
- La información voluntaria también es importante si se presenta para comunicar públicamente qué se hace y se quiere hacer. Los informes realizados “porque todo el mundo los hace” suelen ser superfluos.
- La clave no está en la extensión de un informe, ni en el cumplimiento de un estándar, sino en la calidad de su contenido.
- El *reporting* no se hace solo para los accionistas, los analistas o los organismos oficiales. Piense también en otros públicos interesados y en qué información les puede ser útil y cómo presentársela clara y accesible.
- Los formatos electrónicos facilitan el acceso y reducen los costes de realización.



Anexos

Agrupación por sectores de las empresas analizadas

Materiales Básicos e Industria

Abengoa
Acerinox
ArcelorMittal
Azkoyen
CAF
CIE Automotive
Duro Felguera
EADS
Elecnor
Ercros
Fluidra
GAM
Gamesa
Inypsa
La Seda de Barcelona
Lingotes Especiales
Nicolás Correa
Técnicas Reunidas
Tubacex
Tubos Reunidos
Zardoya Otis

Tecnologías y Telecomunicaciones

Amadeus
Amper
Ezentis
Indra
Jazztel
Tecnocom
Telefónica

Construcción

Acciona
ACS
Cleop
FCC
Ferrovia
OHL
Portland
Sacyr Vallehermoso
San José
Uralita

Productos Farmacéuticos

Almirall
Biosearch
Faes Farma
Grifols
Natraceutical Group
Prim
Rovi
Zeltia

Petróleo y Energía

Enagás
Endesa
Enel Green Power
Fersa
Gas Natural
Iberdrola
Montebalito
Red Eléctrica
Repsol

Servicios de Consumo

Abertis
Antena 3
Clínica Baviera
Codere
Corp. Dermoesztética
Funespaña
IAG
Mediaset
Melía Hotels
NH Hoteles
Prisa
Prosegur
Service Point
Vértice 360
Vocento
Vueling

Bienes de Consumo

Adolfo Domínguez
Ence
Europac
Grupo Tavex
Iberpapel
Inditex
Miquel y Costas
Sniace
Unipapel
Vidrala

Alimentación

Barón de Ley
Campofrío
Deoleo
Dia
Ebro Foods
Natra
Pescanova
Riojanas

Servicios Financieros

Alba
Banco Popular
Banco Valencia
Banesto
Bankinter
BBVA
BME
CaixaBank
Catalana Occidente
Dinamia
MAPFRE
Renta 4
Sabadell
Santander

Inmobiliarias

Inmobiliaria Colonial
Metravacesa
Quabit
Realia
Renta Corporación
Royal Urbis
Urbas

Ranking alfabético

EMPRESA	Orden	Calificación Final	Transparencia	Adecuación	Accesibilidad
Abengoa	11	A	a	b	a
Abertis	28	BBB	bbb	b	b
Acciona	8	AA	aa	a	a
Acerinox	56	C	cc	d	c
ACS	27	BBB	a	b	b
Adolfo Domínguez	68	C	c	d	d
Alba	61	C	cc	d	c
Almirall	48	CCC	ccc	d	c
Amadeus	37	B	bb	c	b
Amper	70	DDD	c	d	c
Antena 3	36	BB	bb	c	b
ArcelorMittal	32	BB	bbb	b	c
Azkoyen	87	DD	dd	d	d
B. Popular	30	BB	a	b	c
B. Valencia	93	DD	dd	d	d
Banesto	24	A	a	a	a
Bankinter	31	BB	bbb	c	b
Barón de Ley	109	D	d	d	d
BBVA	17	A	a	a	a
Biosearch	105	D	d	d	d
BME	35	BB	bbb	d	b
Bodegas Riojanas	95	DD	dd	d	d
CAF	73	DDD	ddd	d	c
CaixaBank	20	A	a	a	a
Campofrío	97	DD	dd	d	d
Catalana Occidente	64	C	ccc	d	d
Cementos Portland	23	A	a	a	b
CIE Automotive	53	CC	cc	d	c
Cleop	86	DD	dd	d	d
Clínica Baviera	107	D	d	d	d

Ranking alfabético

EMPRESA	Orden	Calificación Final	Transparencia	Adecuación	Accesibilidad
Codere	49	CC	ccc	d	c
Deoleo	63	C	c	d	c
Dermostética	105	D	d	d	d
Dia	52	CC	cc	d	c
Dinamia	71	DDD	c	d	c
Duro Felguera	57	C	c	d	c
EADS	26	BBB	a	a	c
Ebro Foods	47	CCC	b	d	c
Elecnor	59	C	c	d	c
Enagás	2	AA	aaa	a	a
Ence	65	C	c	d	c
Endesa	1	AAA	aaa	a	a
Enel G. Power	19	A	aa	a	b
Ercros	67	C	c	d	d
Europac	72	DDD	ddd	d	c
Ezentis	98	DD	dd	d	d
Faes Farma	89	DD	dd	d	d
FCC	15	A	aa	a	c
Ferrovial	6	AA	a	a	a
Fersa	83	DD	dd	d	c
Fluidra	33	BB	bb	a	b
Funespaña	104	D	dd	d	d
GAM	100	DD	dd	d	d
Gamesa	18	A	a	a	a
Gas Natural	14	A	a	a	a
Grifols	62	C	c	d	c
IAG	21	A	aa	a	b
Iberdrola	4	AA	aa	a	a
Iberpapel	38	B	bb	c	c

Ranking alfabético

EMPRESA	Orden	Calificación Final	Transparencia	Adecuación	Accesibilidad
Inditex	25	BBB	a	a	b
Indra	5	AA	aa	a	a
Inmobiliaria Colonial	54	C	ccc	d	d
Inypsa	58	C	cc	d	c
Jazztel	74	DDD	ddd	d	c
Lingotes	76	DDD	ddd	d	d
Mapfre	34	BB	bb	b	b
Mediaset	45	CCC	ccc	c	b
Meliá Hotels	16	A	aa	a	b
Metrovacesa	60	C	cc	d	c
Miquel y Costas	75	DDD	c	d	d
Montebalito	99	DD	dd	d	d
Natra	90	DD	dd	d	d
Natraceutical	110	D	d	d	d
NH Hoteles	39	B	b	b	c
Nicolás Correa	82	DD	dd	d	c
OHL	7	AA	aa	a	a
Pescanova	96	DD	dd	d	d
Prim	112	D	d	d	d
Prisa	43	CCC	ccc	c	b
Prosegur	44	CCC	b	d	c
Quabit	81	DD	dd	d	c
Realia	41	B	bbb	c	d
Red Eléctrica	3	AA	aaa	a	b
Renta 4	85	DD	dd	d	c
Renta Corporación	66	C	c	d	c
Repsol	9	AA	aa	a	b
Reyal Urbis	111	D	d	d	d
Rovi	102	DD	dd	d	d

Ranking alfabético

EMPRESA	Orden	Calificación Final	Transparencia	Adecuación	Accesibilidad
Sacyr	22	A	a	a	b
Sabadell	13	A	aa	a	b
San José	78	DDD	ddd	d	c
Santander	10	A	aa	a	b
Seda de Barcelona	84	DD	dd	d	c
Service Point	80	DDD	ddd	d	c
Sniace	42	B	b	b	c
Solaria	77	DDD	ddd	d	c
Tavex	55	C	cc	d	d
Técnicas Reunidas	103	DD	d	d	d
Tecnocom	40	B	b	b	c
Telefónica	12	A	a	a	a
Tubacex	88	DD	dd	d	d
Tubos Reunidos	108	D	dd	d	d
Unipapel	79	DDD	ddd	d	d
Uralita	94	DD	dd	d	d
Urbas	91	DD	dd	d	d
Vértice 360	101	DD	dd	d	d
Vidrala	29	BB	bb	a	b
Viscofan	46	CCC	b	d	b
Vocento	50	CC	cc	c	c
Vueling	92	DD	dd	d	d
Zardoya Otis	69	DDD	c	d	c
Zeltia	51	CC	cc	d	c

Equipo Informe Reporta 2012

Informe Reporta es un estudio coordinado desde 2010 por la agencia de comunicación financiera Deva que cuenta con la colaboración desde sus inicios de expertos independientes y con una amplia experiencia en su campo.

En esta edición el equipo a cargo de Informe Reporta ha estado formado por:

Marisol García-Bango

Responsable de reputación y responsabilidad corporativa en Deva, con anterioridad estuvo a cargo de estas materias en Repsol.

Joaquín Garralda

Licenciado en Ciencias Económicas, actualmente es profesor de estrategia en el IE Business School y miembro del Consejo Estatal de RSE. Ha compaginado su carrera docente con su trabajo como asesor en la cultura interna y estratégica de diversas compañías.

Ximena Sapaj

Licenciada en Psicología, investigadora con más de veinte años de experiencia en investigación social, organizacional y de mercados.

Aurora Pimentel

Licenciada en Derecho y máster en Gestión Cultural, consultora en responsabilidad cor-

porativa y relaciones con la comunidad desde 2002 y con quince años de experiencia previa en comunicación corporativa.

Jaime Serrano

Director de Estrategia en Cloud District y experto en Usabilidad y Accesibilidad web. Licenciado en Periodismo, ha ejercido toda su carrera en empresas de consultoría y asesoría en Internet.

Alberto Rubio

Licenciado en Sociología. Especialista en análisis estadístico y experto en SPSS, con más de diez años de experiencia en investigación social, organizacional y de mercados.

Claudia Pozo

Licenciada en Ingeniería de Organización Industrial con especialización en Responsabilidad Social Corporativa, consultora independiente desde 2004 en proyectos de desarrollo.

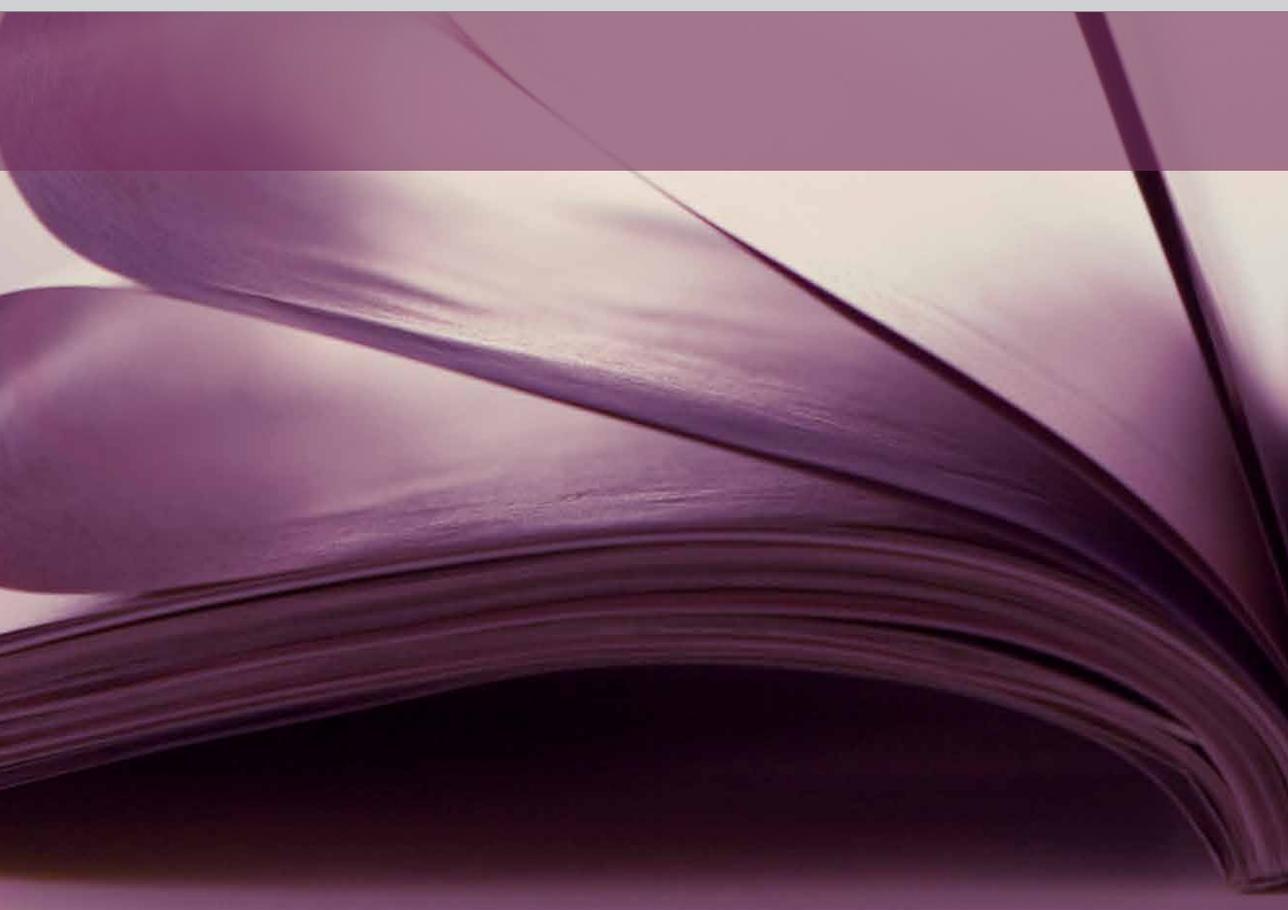
Mariu G. Bermejo

Licenciada en Periodismo con diez años de experiencia en comunicación *online*, está especializada en comunicación corporativa a través de redes sociales. Ha trabajado en empresas como El Mundo y Ediciones Condè Nast.

Este libro se imprimió en Madrid
en el mes de noviembre de 2012.

Puede hallarse información adicional en:

www.informereporta.es



informe
reporta
2012

www.informereporta.es