



ABERTIS
ENTRA
EN EL DJSI

DOW JONES GARANTIA PER A L'ACCIONISTA I LA SOCIETAT

ABERTIS ÉS PRESENT EN ELS ÍNDEXS BORSARIS DE SOSTENIBILITAT DEL DOW JONES, PER LA QUAL COSA TANT ELS INVERSORS COM LA SOCIETAT HI SURTEN GUANYANT

Text MANUEL TORREJÓN Fotos AGÈNCIES

Abertis és present en els índexs borsaris Dow Jones mundial i europeu de sostenibilitat. Es tracta dels referents sostenibles més influents, tant pel prestigi en els mercats financers com pel volum de les inversions que hi estan lligades. Al setembre, la companyia d'infraestructures es va reincorporar al Dow Jones Sustainability Index (DJSI) Stoxx, d'àmbit europeu, i va confirmar la continuïtat en el mundial DJSI World. Tots dos índexs reuneixen les empreses que cotitzen a borsa més compromeses, a Europa i al món, amb el bon govern (els òrgans de direcció i administració d'aquestes firmes es regeixen per l'ètica i l'eficiència), el medi ambient i la societat (s'avaluen des de les bones pràctiques laborals fins a l'acció social i patrocini).

Gràcies a les seves pràctiques de sostenibilitat, acreditades pels índexs DJSI, **abertis** és considerada pels

inversors i per la societat una companyia per la qual apostar en el llarg termini. I això és així perquè una empresa sostenible és sempre una empresa ben gestionada, de comptes transparents i que contempla tots els grups d'interès. Hem de tenir present que aquestes referències borsàries del Dow Jones concedeixen molta importància als criteris relatius al bon govern corporatiu –reben atenció des de la despesa en *stock options* fins al paper no executiu del president del consell– i als referents als codis de conducta ètica.

Naturalment, els indicadors DJSI també prenen en consideració les polítiques socials i mediambientals de les firmes cotitzades. Avui, tal com coincideixen els experts en *management*, el respecte per l'entorn natural equival a responsabilitat social.

El missatge és que una firma sostenible tendeix a ser altament rendible en la seva activitat, amb una volun-



tat decidida de permanència i de creixement en els mercats en els quals opera.

EMPRESES BEN GESTIONADES. "És raonable dir que una empresa està ben gestionada pel que es desprèn dels indicadors DJSI World i DJSI Stoxx", sosté Josep Maria Lozano, professor de l'escola de negocis ESADE i expert en responsabilitat social corporativa. "No és exactament una relació causa-efecte", especifica l'acadèmic, "però aquesta condició avala, entre altres punts forts, una visió a mitjà i llarg termini, una bona percepció per part de clients i proveïdors i el poder de captació dels millors treballadors".

Segons Jérôme Tagger, d'Eurosif, associació paneuropea que promou les inversions financeres a firmes sostenibles, "les empreses llistades en els índexs DJSI tendeixen a ser millors que els seus competidors no llistats". "La sostenibilitat és un concepte de gestió. I una empresa més ben gestionada valdrà més avui, i també d'aquí a deu anys", afirma Raquel Aranguren, de Fundació Entorno, organització que fomenta la generalització d'aquestes polítiques a les firmes espanyoles.

BENEFICIS PER A L'ACCIONISTA. A més de garantir-ne la fortalesa com a empresa, la presència d'**abertis** en els índexs DJSI n'afavoreix l'evolució a la

RESPONSABILITAT SOCIAL

Abertis va iniciar el 2002 l'estratègia de responsabilitat social, que va donar els primers fruits el 2003, amb l'elaboració del Pla Estratègic de Responsabilitat Social. L'esmentat pla estableix una sèrie de línies mestres: minimitzar l'impacte ambiental; garantir la transparència amb la comunitat inversora; assegurar la motivació i la implicació dels recursos humans en la millora contínua de l'empresa; mantenir una relació estreta amb el client i garantir-ne la satisfacció; estendre el compromís de responsabilitat social a proveïdors i empreses subcontractades; implicar-se amb la comunitat i amb el teixit social; fomentar i sistematitzar els canals de diàleg; i, naturalment, garantir el seguiment i control de la implantació del Pla Estratègic de Responsabilitat Social Corporativa.

Cal destacar que hi ha un coordinador de Responsabilitat Social per a cadascuna de les empreses participades. Es tracta de l'interlocutor amb la Corporació per al desenvolupament de les polítiques de sostenibilitat a les filials.

La cultura corporativa sostenible també es basa en la **fundació abertis**, que estudia la repercussió de les infraestructures al territori, i en la **càtedra abertis** de Gestió d'Infraestructures del Transport, creada en col·laboració amb la Universitat Politècnica de Catalunya.

La companyia és membre del Pacte Mundial de les Nacions Unides des del 2004, pel qual subscriu 10 principis de conducta i acció en matèria de drets humans, treball, medi ambient i lluita contra la corrupció. Així mateix, **abertis** pertany al Fòrum de Reputació Corporativa (FRC), representant a Espanya del Reputation Institute. ○

borsa. El seus títols guanyen atractiu per als inversors, i la major pressió compradora redunda en millores de la cotització.

Qualsevol valor inclòs en un índex borsari es beneficia de la demanda provinent dels fons d'inversió i d'altres productes financers vinculats a l'índex en qüestió. En el cas dels indicadors Dow Jones Sustainability, el volum de les inversions gestionades lligades a la seva evolució va créixer un espectacular 30% entre el setembre del 2005 i el mateix mes del 2006. Aquests actius financers sumen més de 5.000 milions de dòlars.

Segons fonts de DJSI, "durant els darrers mesos s'ha registrat un augment dels mandats de compra de fons de pensions i s'ha constatat un interès creixent del sector de la banca privada". S'entén aquesta capacitat d'atracció si se sap que els índexs sostenibles tendeixen a ser més rendibles que els índexs que no ho són.

MÉS VISIBILITAT. A més de la demanda d'accions directament atribuïble a la simple pertinença a un índex DJSI, també es veu afavorida una altra classe de demanda. "Si un inversor dels Estats Units vol entrar en un sector determinat a Europa –un mercat que per la llunyania li és menys familiar– es decantarà per una empresa integrada en l'índex DJSI en detriment de la que no hi sigui", apunta Marc Garrigasait, director de la societat gestora de carteres Fima.

Subratlla aquesta idea Josep Maria Lozano: "He rebut trucades d'analistes i periodistes que em preguntaven sobre el compromís per la sostenibilitat d'una multinacional espanyola que s'acabava d'instal·lar al seu país".

"Els qui inverteixen a borsa amb una visió de llarg termini han d'apostar per valors segurs, per la qual



cosa han de considerar no només el potencial de revalorització de l'acció i els dividends, sinó també els compromisos socials i ètics de la companyia", diu Òscar Elvira, professor de finances a la Universitat Pompeu Fabra (UPF) de Barcelona.

La inclusió d'**abertis** en els DJSI és un reflex de les seves pràctiques de bon govern corporatiu i de la seva política de responsabilitat social, àmbits als quals l'empresa dedica memòries, que posa a disposició dels accionistes i d'altres grups d'interès: l'Informe Anual sobre Govern Corporatiu i l'Informe de Responsabilitat Social Corporativa. ■

ÍNDEXS RENDIBLES

El 1999, l'ensenyament d'índexs borsaris Dow Jones Indexes va estrenar la família de referències DJSI. Dow Jones Indexes pertany al grup d'informació econòmica i financera Dow Jones and Company –edita *The Wall Street Journal*– i remunta la seva activitat al 1896, quan va publicar per primera vegada la poderosa referència nord-americana Dow Jones Industrial Average.

El primer índex sostenible que va publicar Dow Jones va ser el Dow Jones Sustainability World Index, que agrupa prop del 10% de les 2.500 companyies més capitalitzades del Dow Jones Global Index. El DJSI World reuneix 318 empreses, que sumen una capitalització borsària de 9,8 bilions d'euros. Aquesta referència mundial s'ha revaloritzat el 17,42% anual durant els tres darrers anys.

El 2001, la filosofia del DJSI World va arribar a Europa, amb la creació del Dow Jones Stoxx Sustainability Index. El DJSI Stoxx selecciona un 20% de les 600 empreses de l'Europeu Stoxx 600: ara l'integren 162 firmes, que totalitzen una capitalització de 3,9 bilions d'euros. Els tres darrers anys, el creixement anual d'aquest índex europeu de sostenibilitat ha estat del 14,78%.

Tots dos indicadors es caracteritzen per ser unes referències excel·lents per al disseny de productes financers amb vocació pel desenvolupament sostenible. A més, en crear-se a partir del Dow Jones Global Index i del Dow Jones Stoxx 600, els índexs DJSI només inclouen valors d'una liquiditat alta. ○



OPINIÓ

UNA NOVA RACIONALITAT EMPRESARIAL

Els diferents models d'organització productiva dins del capitalisme han evolucionat des de lògiques severes com les del liberalisme clàssic, que supeditaven qualsevol aspecte de la producció a la maximització dels resultats, cap a una nova mentalitat empresarial que és la lògica de la responsabilitat.

Aquesta nova racionalitat empresarial, caracteritzada per dues idees clau –ètica i sostenibilitat–, comença a ser una realitat verificable durant els darrers anys del mil·lenni passat, sens dubte com a resposta de les empreses més ben gestionades a la crisi de confiança i la pèrdua de prestigi de les grans corporacions produïdes després de la cadena d'escàndols que, només com a referència temporal, es pot situar al desembre del 2001, quan Enron es declara en fallida.

Les idees d'ètica i sostenibilitat són clau per explicar la nova racionalitat empresarial que està sorgint. En el liberalisme clàssic l'ètica constituïa una barrera per a l'eficàcia econòmica*; avui, tanmateix, no es concep l'èxit empresarial d'una manera sostenible sense una dimensió ètica important. El retorn màxim per a l'accionista i la maximització del benefici a curt termini ja no són els únics objectius d'una companyia –encara que en constitueixin algunes de les prioritats legítimes– i s'estan substituint, en major o menor mesura, per un retorn sostenible per a tots els *stakeholders* d'aquella companyia.

No obstant això, si les tesis de Mandeville han perdurat des dels primers anys del segle XVIII, i continuen encara vigents per a un bon nombre de directius, no seria raonable pensar que allò que aquí anomeno la lògica de la responsabilitat es pugui considerar ja una realitat consolidada a la majoria de les nostres empreses. No ho està, i la seva maduració requerirà temps, tot i que molt menys del que es pensa, atesa la velocitat amb què es produeixen els canvis en la cultura de les organitzacions en l'actualitat.

* El paradigma d'aquest model el trobaríem, a l'origen, en les tesis que Bernard de Mandeville expressa en la seva coneguda *Faula de les abelles* (1714).



COMPROMÍS O BANALITAT. És indubtable que actualment hi ha una inflació notable sobre la responsabilitat corporativa, tant que s'ha banalitzat abans i tot de la seva maduració. Les raons d'aquesta banalització són diverses: des de les més espúries, que són el resultat d'identificar un comportament empresarial responsable amb un simple *aggiornamento* corporatiu orientat a l'optimització de l'oferta comercial, a la confusió de la responsabilitat corporativa amb conceptes diferents com el de reputació, altruisme o filantropia empresarials, acció social, etc.

La primera cosa que cal dir és que la responsabilitat neix de l'assumpció d'uns principis que es converteixen en la referència del comportament d'aquella empresa o d'aquella persona. La responsabilitat implica uns límits per a aquest comportament que es deriven d'una base axiològica (valors). La lògica de la responsabilitat mira d'harmonitzar –des d'una perspectiva ètica– els resultats econòmics de l'empresa amb el desenvolupament social i amb un balanç mediambiental adequat que garanteixin la sostenibilitat d'aquests tres plans: l'econòmic, el social i el del medi ambient.

Que la responsabilitat, com qualsevol altre factor de competitivitat, arribi a convertir-se en un avantatge autèntic no només depèn de la seva capacitat discriminant sinó de la seva escassetat en els mercats. En aquest sentit, la responsabilitat corporativa és avui un avantatge per quatre raons principals: afavoreix la implicació de les plantilles, genera confiança en la societat (i els clients, no cal oblidar-ho, són també ciutadans), minora l'efecte de les crisis i eleva la reputació de les empreses.

Una cosa semblant succeeix amb allò que he anomenat responsabilitat cosmètica, és a dir aquells comportaments corporatius suposadament responsables però que anteposen altres lògiques (el manteniment a ultrança del valor en els mercats financers, els acomiadaments de personal per millorar resultats...), però que finalment s'acaben reconeixent com a retòrica gràcies, sens dubte, a la capacitat discriminant i avaluadora dels monitors que elaboren índexs cada vegada més rigorosos (Merco, DJSI, FTSE4Good...).

ESPANYA I ABERTIS, ENTRE ELS MILLORS D'EUROPA. Finalment cal subratllar un fet d'una importància notable, com és que Espanya ocupa, segons el meu parer, la segona posició en el marc de la Unió Europea pel que fa a la responsabilitat de les seves empreses,

no en va ha estat el país que, després del Regne Unit, ha aconseguit incloure enguany més companyies en el Dow Jones Sustainability World Index. En el mateix sentit cal esmentar que, durant el 2005, es va produir un increment del 64% a les empreses espanyoles incloses en el Global Reporting Initiative, el sistema de reporting més rigorós de tots els existents, que arriba a 64 empreses, 48 de les quals ho són *in accordance*. 18 empreses espanyoles s'integren ja en els dos índexs de sostenibilitat de referència –els ja esmentats DJSI i el FTSE4Good– i **abertis**, que ja formava part del DJSI mundial, s'incorpora enguany al Stoxx Index, el DJSI europeu, i supera el qüestionari tan exigent que avalua la sostenibilitat de les empreses del nostre continent. En aquest club reduït del DJSI Stoxx Index, juntament amb **abertis**, només hi apareixen 9 empreses espanyoles, la qual cosa ha de representar un orgull corporatiu legítim.

La responsabilitat corporativa, en conclusió, exigeix en primer lloc un corpus axiològic que doni sentit al desenvolupament corporatiu amb tots els *stakeholders* de l'empresa, basat en l'ètica i la sostenibilitat perquè aquesta no només és la via més curta per a l'èxit empresarial, sinó també l'única manera de generar confiança per tal que aquests mateixos *stakeholders* s'impliquin en l'obtenció dels objectius de la companyia. ■



JUSTO VILLAFAÑE
Catedràtic de la Universitat Complutense
i soci de Villafañe Asociados