



ABERTIS
ENTRA
EN EL DJSI

DOW JONES GARANTÍA PARA EL ACCIONISTA Y LA SOCIEDAD

ABERTIS SE ENCUENTRA EN LOS ÍNDICES BURSÁTILES DE SOSTENIBILIDAD DEL DOW JONES, POR LO QUE TANTO LOS INVERSORES COMO LA SOCIEDAD SALEN GANANDO

Texto MANUEL TORREJÓN Fotos AGENCIAS

Abertis está presente en los índices bursátiles Dow Jones mundial y europeo de sostenibilidad. Se trata de los referentes sostenibles más influyentes, tanto por su prestigio en los mercados financieros como por el volumen de las inversiones ligadas a ellos. En septiembre, la compañía de infraestructuras se reincorporó al Dow Jones Sustainability Index (DJSI) Stoxx, de ámbito europeo, y confirmó su continuidad en el mundial DJSI World. Ambos índices reúnen a las empresas cotizadas en bolsa más comprometidas, en Europa y en el mundo, con el buen gobierno (los órganos de dirección y administración de estas firmas se rigen por la ética y la eficiencia), el medioambiente y la sociedad (se evalúan desde las buenas prácticas laborales hasta la acción social y patrocinio).

Gracias a sus prácticas de sostenibilidad, acreditadas por los índices DJSI, **abertis** es considerada por los inver-

sores y por la sociedad como una compañía por la que apostar en el largo plazo. Y eso es así porque una empresa sostenible es siempre una empresa bien gestionada, de cuentas transparentes y que contempla a todos los grupos de interés. Debemos tener presente que estas referencias bursátiles del Dow Jones conceden mucha importancia a los criterios relativos al buen gobierno corporativo—reciben atención desde el gasto en *stock options* hasta el rol no ejecutivo del presidente del consejo— y a los criterios concernientes a los códigos de conducta éticos.

Por supuesto, los indicadores DJSI también toman en consideración las políticas sociales y medioambientales de las firmas cotizadas. Hoy, coinciden los expertos en *management*, el respeto al entorno natural equivale a responsabilidad social.

El mensaje es que una firma sostenible tiende a ser altamente rentable en su actividad con una decidida vo-



RESPONSABILIDAD SOCIAL

Abertis inició en el 2002 la estrategia de responsabilidad social, que dio sus primeros frutos en el 2003, con la elaboración del Plan Estratégico de Responsabilidad Social. El mencionado plan establece una serie de líneas maestras: minimizar el impacto ambiental; garantizar la transparencia con la comunidad inversora; asegurar la motivación y la implicación de los recursos humanos en la mejora continua de la empresa; mantener una estrecha relación con el cliente y garantizar su satisfacción; extender el compromiso de responsabilidad social a proveedores y empresas subcontratadas; implicarse con la comunidad y con el tejido social; fomentar y sistematizar los canales de diálogo; y, por supuesto, garantizar el seguimiento y control de la implantación del Plan Estratégico de Responsabilidad Social Corporativa.

Cabe destacar que existe un coordinador de Responsabilidad Social para cada una de las empresas participadas. Se trata del interlocutor con la Corporación para el desarrollo de las políticas de sostenibilidad en las filiales.

La cultura corporativa sostenible también se apoya en la **fundación abertis**, que estudia la repercusión de las infraestructuras en el territorio, y en la **cátedra abertis** de Gestión de Infraestructuras del Transporte, creada en colaboración con la Universidad Politécnica de Cataluña.

La compañía es miembro del Pacto Mundial de las Naciones Unidas desde el 2004, por el que suscribe 10 principios de conducta y acción en materia de derechos humanos, trabajo, medio ambiente y lucha contra la corrupción. Asimismo, **abertis** pertenece al Foro de Reputación Corporativa (FRC), representante en España del Reputation Institute. ○

luntad de permanencia y de crecimiento en los mercados en los que opera.

EMPRESAS BIEN GESTIONADAS. "Es razonable decir que una empresa está siendo bien gestionada a la luz de que está en los indicadores DJSI World y DJSI Stoxx", sostiene Josep Maria Lozano, profesor de la escuela de negocios ESADE y experto en responsabilidad social corporativa. "No es exactamente una relación causa/efecto", precisa el académico, "pero esa condición avala, entre otros puntos fuertes, una visión a medio y largo plazo, una buena percepción por parte de clientes y proveedores y el poder de captación de los mejores trabajadores".

Según Jérôme Tagger, de Eurosif, asociación paneuropea que promueve las inversiones financieras en firmas sostenibles, "las empresas listadas en los índices DJSI tienden a ser mejores que sus competidores no listados". "La sostenibilidad es un concepto de gestión. Y una empresa mejor gestionada valdrá más hoy, y también dentro de diez años", afirma Raquel Aranguren, de Fundación Entorno, organización que alienta la generalización de estas políticas en las firmas españolas.

BENEFICIOS PARA EL ACCIONISTA. Además de garantizar su fortaleza como empresa, la presencia de **abertis** en los índices DJSI favorece su evolución bursátil. Sus títu-

los ganan atractivo para los inversores, y esa mayor presión compradora redundará en mejoras de la cotización.

Cualquier valor incluido en un índice bursátil se beneficia de la demanda procedente de los fondos de inversión y de otros productos financieros vinculados a ese índice en cuestión. En el caso de los indicadores Dow Jones Sustainability, el volumen de las inversiones gestionadas ligadas a su evolución creció un espectacular 30% entre septiembre del 2005 y el mismo mes del 2006. Estos activos financieros suman más de 5.000 millones de dólares.

Según fuentes de DJSI, "en los últimos meses se ha registrado un aumento de los mandatos de compra de fondos de pensiones y se ha constatado un creciente interés del sector de la banca privada". Se comprende esa capacidad de atracción si se sabe que los índices sostenibles tienden a ser más rentables que los índices que no lo son.

MÁS VISIBILIDAD. Además de la demanda de acciones directamente atribuible a la mera pertenencia a un índice DJSI, también resulta favorecida otra clase de demanda. "Si un inversor de Estados Unidos quiere entrar en un sector determinado en Europa —un mercado que por la lejanía le resulta menos familiar— se decantará por una empresa integrada en el índice DJSI en detrimento de la que esté fuera", apunta Marc Garrigasait, director de la sociedad gestora de carteras Fima.

Subraya esa idea Josep Maria Lozano: "He recibido llamadas de analistas y periodistas que me preguntaban sobre el compromiso por la sostenibilidad de una multinacional española que se acababa de instalar en su país".

"Quienes invierten en bolsa con una visión de largo plazo deben apostar por valores seguros, por lo que han de considerar no sólo el potencial de revalorización de la



acción y los dividendos, sino también los compromisos sociales y éticos de la compañía”, dice Òscar Elvira, profesor de finanzas en la Universitat Pompeu Fabra (UPF) de Barcelona.

La inclusión de **abertis** en los DJSI es un reflejo de sus prácticas de buen gobierno corporativo y de su política de responsabilidad social, ámbitos a los que la empresa dedica memorias a disposición de los accionistas y de otros grupos de interés: el Informe Anual sobre Gobierno Corporativo y el Informe de Responsabilidad Social Corporativa. ■

ÍNDICES RENTABLES

En 1999, la enseña de índices bursátiles Dow Jones Indexes estrenó la familia de referencias DJSI. Dow Jones Indexes pertenece al grupo de información económica y financiera Dow Jones and Company –edita *The Wall Street Journal*– y remonta su actividad a 1896, cuando publicó por primera vez la poderosa referencia estadounidense Dow Jones Industrial Average.

El primer índice sostenible que publicó Dow Jones fue el Dow Jones Sustainability World Index, que agrupa alrededor del 10% de las 2.500 compañías más capitalizadas del Dow Jones Global Index. El DJSI World reúne a 318 empresas, que suman una capitalización bursátil de 9,8 billones de euros. Esta referencia mundial se ha revalorizado el 17,42% anual en los tres últimos años.

En el 2001, la filosofía del DJSI World llegó a Europa, con la creación del Dow Jones Stoxx Sustainability Index. El DJSI Stoxx selecciona un 20% de las 600 empresas del europeo Stoxx 600: ahora lo integran 162 firmas, que totalizan una capitalización de 3,9 billones de euros. En los últimos tres años, el crecimiento anual de este índice europeo de sostenibilidad ha sido del 14,78%.

Ambos indicadores se caracterizan por ser excelentes referencias para el diseño de productos financieros con vocación por el desarrollo sostenible. Además, al crearse a partir del Dow Jones Global Index y del Dow Jones Stoxx 600, los índices DJSI sólo incluyen valores con alta liquidez. ○



OPINIÓN

UNA NUEVA RACIONALIDAD EMPRESARIAL

Los diferentes modelos de organización productiva dentro del capitalismo han evolucionado desde lógicas severas como las del liberalismo clásico, que supeditaban cualquier aspecto de la producción a la maximización de los resultados, hacia una nueva mentalidad empresarial que es la lógica de la responsabilidad.

Esta nueva racionalidad empresarial caracterizada por dos ideas clave –ética y sostenibilidad– comienza a ser una realidad verificable en los últimos años del pasado milenio, sin duda como respuesta de las empresas mejor gestionadas a la crisis de confianza y la pérdida de prestigio de las grandes corporaciones producidas tras la cadena de escándalos que, sólo como referencia temporal, puede situarse en diciembre de 2001 cuando Enron se declara en bancarrota.

Las ideas de ética y sostenibilidad son clave para explicar la nueva racionalidad empresarial que está aflorando. En el liberalismo clásico la ética constituía una barrera para la eficacia económica*, hoy sin embargo no se concibe el éxito empresarial de manera sostenible sin una dimensión ética importante. El retorno máximo para el accionista y la maximización del beneficio a corto plazo ya no son los únicos objetivos de una compañía –aunque constituyan algunas de sus legítimas prioridades– y están siendo sustituidos, en mayor o menor medida, por un retorno sostenible para todos los *stakeholders* de esa compañía.

No obstante, si las tesis de Mandeville han perdurado desde los primeros años del siglo XVIII, y siguen aún vigentes para un buen número de directivos, no sería razonable pensar que lo que aquí estoy denominando la lógica de la responsabilidad pueda considerarse ya una realidad consolidada en la mayoría de nuestras empresas. No lo está, y su maduración va a requerir tiempo, aunque mucho menos del que se piensa dada la velocidad con que se producen los cambios en la cultura de las organizaciones en la actualidad.

* El paradigma de ese modelo estaría, en origen, en las tesis que Bernard de Mandeville expresa en su conocida Fábula de las abejas (1714).



COMPROMISO O BANALIDAD. Es indudable que en la actualidad existe una notable inflación en torno a la responsabilidad corporativa, tanto que se ha banalizado antes incluso de su maduración. Las razones de tal banalización son diversas: desde las más espurias, que son el resultado de identificar un comportamiento empresarial responsable con un mero *aggiornamento* corporativo orientado hacia la optimización de la oferta comercial, a la confusión de la responsabilidad corporativa con conceptos diferentes como el de reputación, altruismo o filantropía empresariales, acción social, etc.

Lo primero que hay que decir es que la responsabilidad nace de la asunción de unos principios que se convierten en la referencia del comportamiento de esa empresa o de esa persona. La responsabilidad implica unos límites para dicho comportamiento que se derivan de una base axiológica (valores). La lógica de la responsabilidad trata de armonizar –desde una perspectiva ética– los resultados económicos de la empresa con el desarrollo social y con un balance medioambiental adecuado que garanticen la sostenibilidad de esos tres planos: el económico, el social y el del medio ambiente.

Que la responsabilidad como cualquier otro factor de competitividad llegue a convertirse en una auténtica ventaja no sólo depende de su capacidad discriminante sino de su escasez en los mercados. En este sentido, la responsabilidad corporativa es hoy una ventaja por cuatro razones principales: favorece la implicación de las plantillas, genera confianza en la sociedad (y los clientes, no lo olvidemos, son también ciudadanos), minora el efecto de las crisis y eleva la reputación de las empresas.

Algo similar ocurre con lo que he denominado responsabilidad cosmética, es decir aquellos comportamientos corporativos supuestamente responsables pero que anteponen otras lógicas (el mantenimiento a ultranza del valor en los mercados financieros, los despidos de personal para mejorar resultados...), pero que finalmente acaban reconociéndose como retórica gracias, sin duda, a la capacidad discriminante y evaluadora de los monitores que elaboran índices cada vez más rigurosos (Merco, DJSI, FTSE4Good...).

ESPAÑA Y ABERTIS, ENTRE LOS MEJORES DE EUROPA. Finalmente hay que subrayar un hecho de notable importancia como es que España ocupa, a mi juicio, la segunda posición en el marco de la Unión Europea en cuanto a la responsabilidad de sus empresas, no en vano ha sido el país que, tras el Reino Unido, ha logra-

do incluir este año más compañías en el Dow Jones Sustainability World Index. En igual sentido hay que mencionar que durante 2005 se produjo un incremento del 64% en las empresas españolas incluidas en el Global Reporting Initiative, el sistema de *reporting* más riguroso de cuantos existen, llegando a 64 empresas, 48 de las cuales lo son *in accordance*.

Dieciocho empresas españolas se integran ya en los dos índices de sostenibilidad de referencia –los ya citados DJSI y el FTSE4Good– y **abertis**, que ya formaba parte del DJSI mundial, se incorpora este año al Stoxx Index, el DJSI europeo, superando el muy exigente cuestionario que evalúa la sostenibilidad de las empresas de nuestro continente. En este reducido club del DJSI Stoxx Index junto a **abertis** aparecen sólo otras 9 empresas españolas, lo cual debe suponer un legítimo orgullo corporativo.

La responsabilidad corporativa, en conclusión, exige en primer lugar un corpus axiológico que dé sentido al desenvolvimiento corporativo con todos los *stakeholders* de la empresa basado en la ética y la sostenibilidad porque ésta no sólo es la vía más corta para el éxito empresarial, sino también la única forma de generar confianza para que esos mismos *stakeholders* se impliquen en el logro de las metas de la compañía. ■



JUSTO VILLAFANE

Catedrático de la Universidad Complutense
y socio de Villafañe Asociados