



GESTIÓN DE INTANGIBLES

ABERTIS PRESIDE EL FORO DE REPUTACIÓN CORPORATIVA EN 2008

EL FORO DE REPUTACIÓN CORPORATIVA (fRC) ES UN PUNTO DE ENCUENTRO, ANÁLISIS Y DIVULGACIÓN DE HERRAMIENTAS Y MODELOS DE GESTIÓN DE UN INTANGIBLE QUE GENERA VALOR PARA LA EMPRESA Y SU ENTORNO

Texto ALBERT ROSSELL Fotos FORO DE REPUTACIÓN CORPORATIVA

En 2008 le corresponde a **abertis** asumir la presidencia del Foro de Reputación Corporativa (fRC), relevando en esta responsabilidad a Repsol-YPF, compañía que ha desempeñado esta función durante el año 2007. El fRC tiene presidencia y secretaría rotativas, de manera que cada año una de las corporaciones que forma parte de la organización ejerce estas funciones.

Esta institución (www.reputacioncorporativa.org) se constituyó en 2002 como un lugar de encuentro, análisis y divulgación de tendencias, herramientas y modelos de gestión de la reputación corporativa. Su preocupación por esta materia parte del convencimiento que este intangible genera valor para las empresas y sus grupos de interés (empleados, accionistas, clientes, proveedores, administraciones, medios de comunicación y la comunidad en general). El foro es también el representante en España del Reputation Institute, organización de perfil académico con la que se han estable-

cido fuertes líneas de colaboración, en particular en el desarrollo de modelos de gestión de la reputación corporativa fundamentados en parámetros cuantitativos.

El Foro de Reputación Corporativa está formado en la actualidad por 10 empresas: Grupo Agbar, BBVA, Repsol YPF, Telefónica, **abertis**, Ferrovial, Gas Natural, Iberdrola, Iberia y Renfe. Todos los miembros son, además, firmantes del Pacto Mundial de las Naciones Unidas y subscriben los 10 principios universales para una globalización responsable en todos aquellos países en los que operan.

TRABAJO Y EXPERIENCIA CONJUNTOS. La acción de las compañías integrantes del fRC está presente en más de un centenar de países, y entre todas suman cerca de 700.000 empleados y más de 830 millones de clientes. Las empresas trabajan de manera conjunta, comparten experiencias y llevan a cabo



Desde su fundación en septiembre de 2002, el fRC ha organizado numerosos seminarios y jornadas para la difusión del concepto de Reputación Corporativa.

OBJETIVOS DE DESARROLLO DEL MILENIO

- 1° Erradicar la pobreza extrema y el hambre.
- 2° Lograr la enseñanza primaria universal.
- 3° Promover la igualdad entre géneros y la autonomía de la mujer.
- 4° Reducir la mortalidad de los niños menores de cinco años.
- 5° Mejorar la salud materna.
- 6° Combatir el VIH/sida, el paludismo y otras enfermedades.
- 7° Garantizar la sostenibilidad del medio ambiente.
- 8° Fomentar una alianza mundial para el desarrollo. ○

acciones en este sentido, a través de sus canales de comunicación interna, como la intranet corporativa, las webs de **abertis** y de la **fundación abertis** y mediante las páginas de esta revista.

La campaña *2015: Un mundo mejor para Joana* gira en torno a un símbolo, encarnado en una niña de 10 años, que representa a millones de niños que alcanzarán la mayoría de edad en el año 2015, fecha prevista para hacer balance del cumplimiento de los ODM. En los próximos años se irán conociendo los diferentes objetivos, los avances en su cumplimiento, las iniciativas llevadas a cabo directamente relacionadas con ellos y, finalmente, en 2015, se medirán los éxitos logrados a través de la campaña.

En la web www.2015unmundomejorparaJoana.es se muestran cómo van evolucionando los distintos objetivos y las actividades realizadas en el marco del proyecto. La página web ha sido además recientemente distinguida con el primer premio del Publfestival (Festival Internacional de la Publicidad Social) a la mejor web en su categoría. ■

proyectos que les permitan crear valor a través de la gestión de los intangibles.

Entre las actividades del fRC destaca la edición de publicaciones, así como la organización de conferencias y jornadas sobre diferentes temas relacionados con la reputación corporativa, lo que engloba aspectos como el liderazgo, los productos y servicios, el entorno laboral, la responsabilidad social corporativa, el atractivo emocional, la innovación, la ética y el buen gobierno, y los resultados financieros.

POR UN MUNDO MEJOR. Pero, sin duda alguna, el proyecto más emblemático y ambicioso del fRC es *2015: Un mundo mejor para Joana*. Se trata de una campaña de sensibilización para dar a conocer los ocho Objetivos de Desarrollo del Milenio (ODM) de las Naciones Unidas entre sus empleados y demás grupos de interés. **abertis** ya ha llevado a cabo diferentes

**WWW.2015UNMUNDOMEJORPARAJOANA.ES
HA OBTENIDO UN PREMIO EN RECONOCIMIENTO
COMO MEJOR PÁGINA WEB SOCIAL**