

## Las empresas del Ibex avanzan en transparencia

**INFORME PWC/** La calidad de la información de las memorias de las empresas mejora, pero aún hay retos por abordar.

**Expansión.** Madrid

La calidad de la información comunicada por las grandes compañías españolas ha aumentado de forma progresiva en los últimos tres años, sin embargo, existen aún retos por abordar, según el informe *Análisis del estado del reporting integrado en las empresas del Ibex 35*, elaborado por PwC. Este indica que el nivel de integración de la información es menor que la media europea, donde la mayor proporción de empresas con un reporting más efectivo está en Reino Unido y Alemania.

Realizado por tercer año consecutivo, el estudio ha revisado los diferentes informes que presentan las compañías, incluidos la memoria de actividades, las cuentas anuales y los informes de gobierno corporativo y responsabilidad corporativa o sostenibilidad, correspondientes a 2012.

La comunicación de la estrategia es el área en la que las grandes empresas españolas más han avanzado en materia de reporting integrado, un documento que busca alinear la información relevante sobre la estrategia de la organización, su sistema de gobierno, el desempeño y perspectivas futuras, reflejando así su impacto económico, ambiental y social sobre el entorno en el que opera. De hecho, el porcentaje de grupos que lo hace de forma efectiva ha pasado del 24% de 2011 al 57% de 2012.

### Efectividad

Un ejemplo de ello es informar de forma efectiva sobre la medición del grado de avance en la consecución de los objetivos estratégicos, comunicando explícitamente los indicadores de desempeño claves para el negocio. En este caso, sólo el 5% hace una comunicación efectiva de su desempeño.

“Queda mucho por recorrer, aunque las compañías se lo están tomando en serio y quieren ser líderes en el reporte, integrando toda la información útil para los inversores”, apunta Javier Lapastora, socio responsable de Auditoría de PwC. El ejecutivo

destaca esta voluntad de integrar los diferentes informes, pero afirma que lo más importante “es que haya un equipo de personas dentro de la organización que lidere este proceso, que haya mucha comunicación entre las distintas áreas y voluntad de trabajar juntos con el objetivo común del reporte integrado. Cuando se hace así, se mejora la percepción que el mercado y los inversores tienen de la empresa”.

Las sociedades del Ibex reconocen el valor de comunicar su estrategia y lo hacen de forma más consistente, convirtiendo ésta en el eje central del reporting. Según el estudio, el 60% va más allá de aportar información estratégica y articula el informe en función de las prioridades y objetivos estratégicos.

Se aprecia también una evolución, aunque en menor medida, en la descripción de los factores del entorno que inciden o pueden incidir en el negocio. El 31% los aborda de forma efectiva, frente al 26% del año anterior. Mientras un 74% de los grupos hace alguna referencia a los principales factores del entorno/sector en el que operan, sólo el 29% explica claramente en qué medida influyen éstos sobre sus decisiones estratégicas.

### Retos

A pesar de la mejora, las compañías todavía deben afrontar retos en la información corporativa. Muchas de ellas se limitan a publicar información “acotada al mero cumplimiento de los requerimientos legales” y, con ello, “pierden la oportunidad de comunicar el valor creado” a través, por ejemplo, de sus sistemas de gobierno corporativo y de gestión de riesgos. Aunque cumple los requisitos regulatorios, la información es incompleta en comparación con las mejores prácticas de reporting en el resto de Europa. Por eso, el informe identifica cinco grandes áreas de mejora para situarse en la media europea.

Entre ellas incluye que no se informa sobre la medición del grado de avance en la con-

**La calidad de los informes mejora pero el nivel de integración es menor que en Europa**

**Las empresas del Ibex han convertido la estrategia de negocio en el eje central del informe**

**El estudio de PwC identifica cinco grandes áreas de mejora para alcanzar la media europea**



Javier Lapastora, socio responsable de Auditoría de PwC.

secución de los objetivos estratégicos. El 29% muestra cierta alineación entre los indicadores clave de desempeño y las prioridades estratégicas del negocio (sólo un 5% hace una comunicación efectiva de su desempeño), frente al 87% de las empresas del FTSE 100. Al mismo tiempo, la información sobre riesgos y oportunidades no cubre todos los parámetros definidos en el Marco Internacional del reporting integrado.

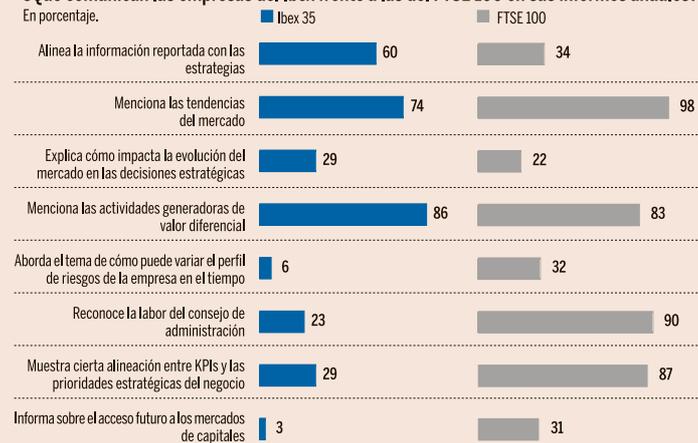
También figuran entre los retos, el comunicar el valor

## LA COMUNICACIÓN EN LAS GRANDES EMPRESAS

### > Efectividad de la información en las empresas del Ibex 35



### > ¿Qué comunican las empresas del Ibex frente a las del FTSE 100 en sus informes anuales?



Fuente: PwC

Expansión

## Luces y sombras de los informes

### AVANCES

La comunicación de la estrategia es el área donde más se ha avanzado en reporting integrado. El 57% comunicó de forma efectiva en 2012, frente al 24% de 2011.

### ESTRATEGIA

El 60% del Ibex va más allá de aportar información estratégica y articula el informe en función de las prioridades y objetivos estratégicos.

### REQUISITOS LEGALES

Muchos grupos se limitan a publicar información acotada al cumplimiento

de los requerimientos legales, perdiendo la oportunidad de comunicar el valor creado.

### INDICADORES

El 29% muestra cierta alineación entre los indicadores clave de desempeño y las prioridades estratégicas del negocio, frente al 87% de las empresas del FTSE.

### ACCESO AL CAPITAL

Sólo el 3% de las empresas españolas informa sobre el acceso futuro a los mercados de capitales, frente al 31% de las compañías británicas.

creado a través del gobierno corporativo (ya que no describen cómo sus órganos de gobierno contribuyen a la estrategia y la sostenibilidad del modelo de negocio), al igual que el escaso desarrollo de la visión a futuro del grupo.

### Mercados de capitales

La información sobre el acceso futuro a los mercados de capitales es fundamental para valorar su viabilidad. Sin embargo, según el estudio sólo el 3% de las empresas informa sobre el acceso a los merca-

dos, frente al 31% del FTSE 100. Por último, destaca que los inversores ven todavía escasa conectividad en los informes corporativos. “Los mercados de capitales miran a España. Cada vez más, y en cualquier reunión de inversores, España está ahora encima de la mesa, pero cuando compites con empresas de otros países el nivel de información es más pobre y opaco y para competir tienes que tener información competente, lo que proporciona más posibilidades de atraer capital”.

CaixaBank lleva cuatro años elaborando un informe integrado. Para Angel Pes, subdirector general y director del área de Responsabilidad Corporativa y Marca de CaixaBank, este reporte “permite definir los temas de que hablar, dando preferencia a los proyectos de futuro, y también elaborar un único documento, dando un contenido más homogéneo y un mismo discurso, ya que una de las ventajas es la obligación de coordinar los distintos departamentos”.