

Las empresas españolas más reputadas son las más internacionales

Las 10 multinacionales españolas con mejor reputación acapararon el 79,5% del valor total del Ibex 35 en 2009

- Inditex, Telefónica, Santander, Repsol, Iberdrola, BBVA, Mapfre, Indra, Acciona y Ferrovial han sido las empresas analizadas.
- Ignacio Galán y Justo Villafañe han presentado hoy la 12ª Edición del Anuario ‘La comunicación y la gestión de los intangibles’, que incorpora un estudio sobre la internacionalización y la reputación.

Madrid, 22 julio 2010.- Según la investigación “Influencia de la internacionalización en la reputación de las empresas españolas” realizada para el Anuario “La comunicación empresarial y la gestión de los intangibles en España y Latinoamérica” 2010, las multinacionales españolas con mejor reputación son también las de mayor capitalización bursátil: a 31 de diciembre de 2009, estas diez empresas acapararon en su conjunto el 79,5% del valor total del Ibex 35.

El presidente de Iberdrola y del Foro de Reputación Corporativa, Ignacio Galán, ha presentado hoy en la sede de la compañía en Madrid este Informe anual -dirigido cada año por el catedrático de la Complutense Justo Villafañe- que trata sobre los principales temas relacionados con la gestión de intangibles a ambos lados del Atlántico.

En su presentación, Ignacio Galán ha destacado que la gestión de intangibles constituye “un aspecto esencial para que las empresas sean capaces de diferenciarse de las demás, generar ventajas competitivas y alcanzar un crecimiento sostenible en el tiempo”. “En Iberdrola, estamos convencidos de que gestionar todos estos factores de manera eficiente nos hace ganar reputación como empresa y, consecuentemente, generar confianza y credibilidad entre nuestros accionistas, empleados, clientes y proveedores”.

Por su parte, Justo Villafañe, experto en reputación corporativa, ha afirmado que “existe una relación circular entre la reputación y la internacionalización corporativas. Una empresa no se internacionaliza sin una buena reputación, ya que ésta es una de las condiciones para ser aceptado en otros entornos diferentes al origen nacional de una compañía. Igualmente, la dimensión internacional ofrece un plus de reputación a toda compañía”.

La internacionalización añade valor económico

La selección de la muestra ha tenido en cuenta dos criterios además de la reputación de las compañías según Merco (Monitor Empresarial de Reputación Corporativa): que las empresas generen un tercio de su negocio en el extranjero y que estén presentes en al menos 25 países. Esas diez empresas han sido Inditex, Telefónica, Santander, Repsol, Iberdrola, BBVA, Mapfre, Indra, Acciona y Ferrovial.

La internacionalización ha supuesto un factor anti cíclico en la crisis actual a juzgar por la diferencia entre la evolución del valor bursátil de las 10 multinacionales españolas con mejor reputación según Merco 2009 y de las compañías del Ibex no internacionalizadas. Mientras aquéllas incrementaron su valor bursátil un 26,74%, éstas se dejaron un 1,16%.

En un momento en el que la desconfianza se extiende sobre las empresas a nivel global, las multinacionales españolas han podido sortear mejor la crisis porque sus resultados en el exterior han contrarrestado los malos datos en España y porque su actividad internacional, compitiendo de tú a tú con grandes multinacionales de otros países, ha hecho crecer su reputación a escala mundial.

Las multinacionales, más responsables y atractivas para trabajar

Reputación e internacionalización crecen en paralelo. Una quinta parte de la reputación de una empresa depende de su dimensión global; concretamente, su valor medio de 2006 a 2009 fue de 19,4% en las 10 multinacionales españolas con mejor reputación según Merco.

Internacionalización, reputación y crecimiento económico forman un triángulo que se retroalimenta y ofrece expectativas de recuperación y desarrollo tanto a las compañías como al país.

Otro de los datos a destacar del estudio es que la dimensión global hace a las empresas más responsables. Así, mientras que el nivel de cumplimiento de las empresas analizadas en los principales indicadores de RSC es del 63,09%, las diez empresas españolas no internacionales con mejor reputación obtienen un nivel de cumplimiento del 28%.

Además, las conclusiones de la investigación permiten afirmar que la internacionalización constituye un atractivo potente para el talento y una de las claves para su fidelización. Ocho de las compañías de la muestra figuran también entre las 25 mejores empresas para trabajar en España según el ranking Merco Personas.

Sobre 'La Comunicación Empresarial y la Gestión de los intangibles en España y Latinoamérica'

El Departamento de Comunicación Audiovisual y Publicidad I de la Universidad Complutense de Madrid elabora cada año desde hace 12 este Informe. La edición 2010 ha sido patrocinada por BBVA, Adif, Mapfre, Telefónica, Iberdrola y el Foro de Reputación Corporativa.

Profesionales, académicos y consultores de gran prestigio firman los artículos de esta edición, entre ellos Pilar Jericó, Ángel Alloza, Esther de Quevedo, Juan Pedro Galiano, Juan José Almagro, José Antonio Marina, The Oxford University Centre for Corporate Reputation, Nuria Villagra, Domingo García-Marzá, Juan Cardona, José Carlos Martínez, Alberto Borrini y Bernardo Kliksberg.

Para más información:

Jerusalem Hernández Velasco
Villafañe & Asociados
jerusalem@villafane.com
91 315 30 65