



Internacionalización y reputación

Influencia de la internacionalización en la reputación de las multinacionales españolas

Madrid, 22 de julio de 2010 / Sede de Iberdrola

Conclusiones del estudio

1. España es un país de multinacionales... con reputación
2. La internacionalización contribuye a la reputación corporativa
3. Su peso es una quinta parte de la reputación
4. La internacionalización añade valor económico y es un factor anti cíclico
5. Hace a las empresas más responsables
6. Genera reputación interna
7. La proyección internacional de los CEO's refuerza la reputación corporativa
8. La proyección internacional es el atributo de liderazgo que más crece
9. Iberdrola, un caso paradigmático

Un país de multinacionales... con reputación

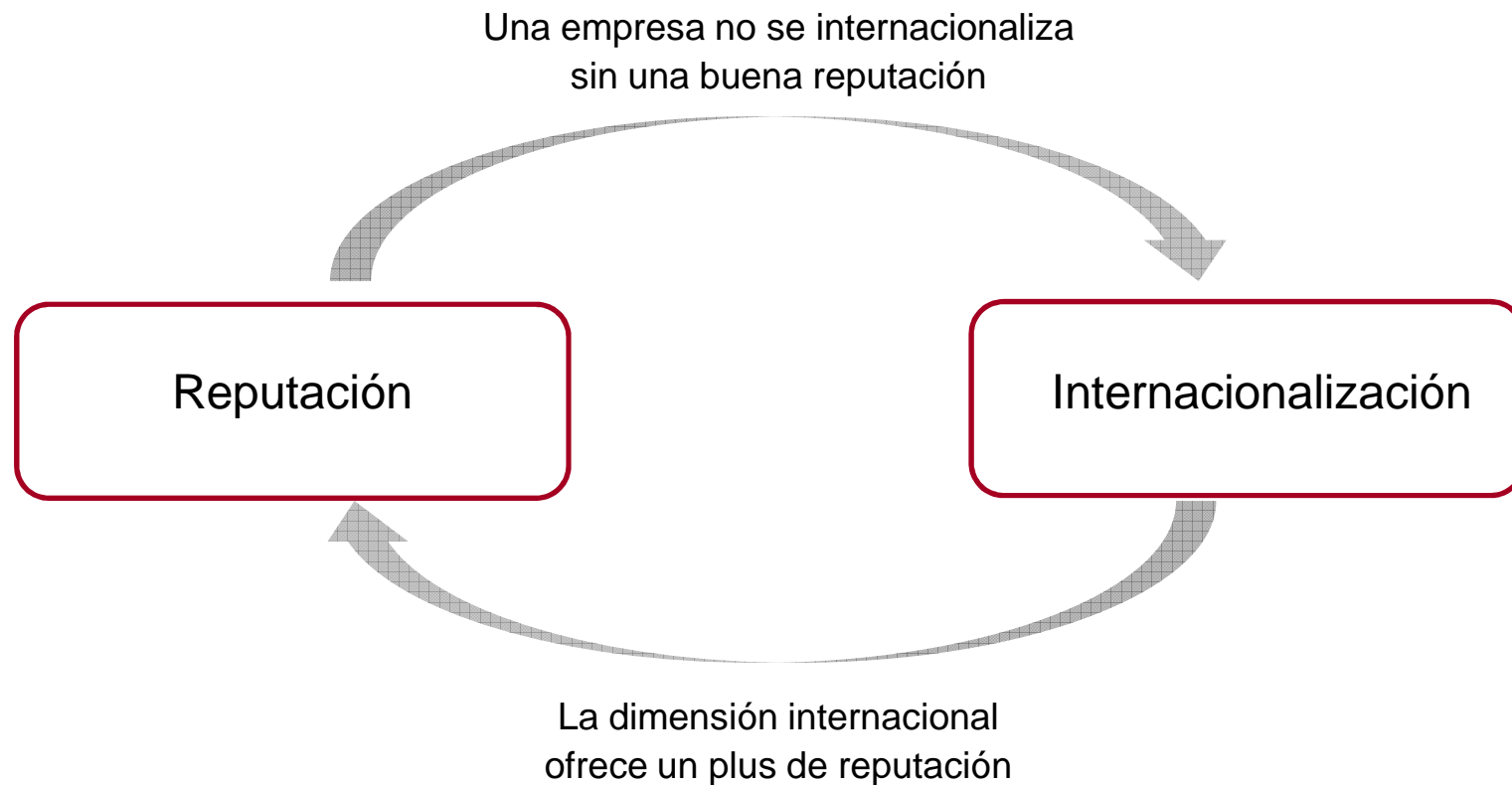
Entre las 100 empresas con mejor reputación según Merco 2009 figuran 61 empresas españolas de las cuales 33 son multinacionales.

Diez de ellas cumplen los dos criterios de validación muestral: que generen un tercio de su negocio en el extranjero y que operen en 25 o más países.

Muestra de multinacionales	% cifra de negocio exterior	Nº de países en los que opera
Inditex	63 %	68
Telefónica	64 %	25
Santander	69 %	43
Repsol	40 %	35
Iberdrola	54 %	40
BBVA	57 %	32
Mapfre	46 %	44
Indra	34 %	29
Acciona	33 %	36
Ferrovial	64 %	49

La internacionalización contribuye a la reputación

El objetivo del estudio era medir la importancia de la dimensión internacional en la reputación de las multinacionales españolas.



Su peso es una quinta parte de la reputación

Reputación e internacionalización crecen en paralelo. Una quinta parte de la reputación de una empresa depende de su dimensión global; concretamente su valor medio es de un 19.37% en el conjunto de las diez empresas de la muestra durante el cuatrienio analizado (9.65% en el caso de Iberdrola)

	Posición Mercado 2006	Reputación atribuida	Posición Mercado 2007	Reputación atribuida	Posición Mercado 2008	Reputación atribuida	Posición Mercado 2009	Reputación atribuida
Inditex	3	21.00	2	28.3	1	24.60	1	29.30
Telefónica	2	33,70	3	30,8	2	28,50	2	29,70
Santander	6	25,60	6	26,8	5	25,60	4	28,70
Repsol	4	29,10	4	30,5	4	30,50	5	30,40
Iberdrola	8	3,10	8	5,20	8	13,70	7	16,60
BBVA	5	15,80	5	18,20	7	15,50	8	16,70
Mapfre	15	18.00	14	16,70	13	17,80	10	12,00
Indra	16	6,90	13	8,60	16	9,50	12	11,20
Acciona	42	2,20	15	9,30	10	15,50	15	13.00
Ferrovial	11	21,40	10	18,90	12	18,00	17	16,90
Total Mercado 100	-	12.60	-	13.10	-	12.50	-	12.50
Media Muestra	11.20	17.68	7.70	19.43	7.80	19.92	8.10	20.45

Hace a las empresas más responsables

Como resultado de un estudio cualitativo entre expertos en RSC se ha obtenido un cuadro de indicadores: el *decálogo de la multinacional responsable*.

Decálogo de la multinacional responsable

1. Plan director de responsabilidad.
2. Comisión de RSC en el Consejo de Administración.
3. Consejero independiente de RSC en el Consejo de Administración.
4. Publicación de la retribución de los consejeros.
5. Criterios de sostenibilidad en la contratación de proveedores.
6. Política medioambiental y posicionamiento ante el cambio climático.
7. Estudio de materialidad.
8. Memoria de RSC y nivel de aplicación según el GRI.
9. Cotización en el DJSI.
10. Política de movilidad geográfica.

Nivel de cumplimiento del Decálogo de la multinacional responsable

Empresas internacionales del Ibex 35 de la muestra

63,09%

Empresas no internacionales del Ibex 35

28%

Thumbnail of a report titled "Internacionalización y RSC" showing a table of data. The table has columns for various indicators and rows for different companies or categories. The text is small but the structure is clear.

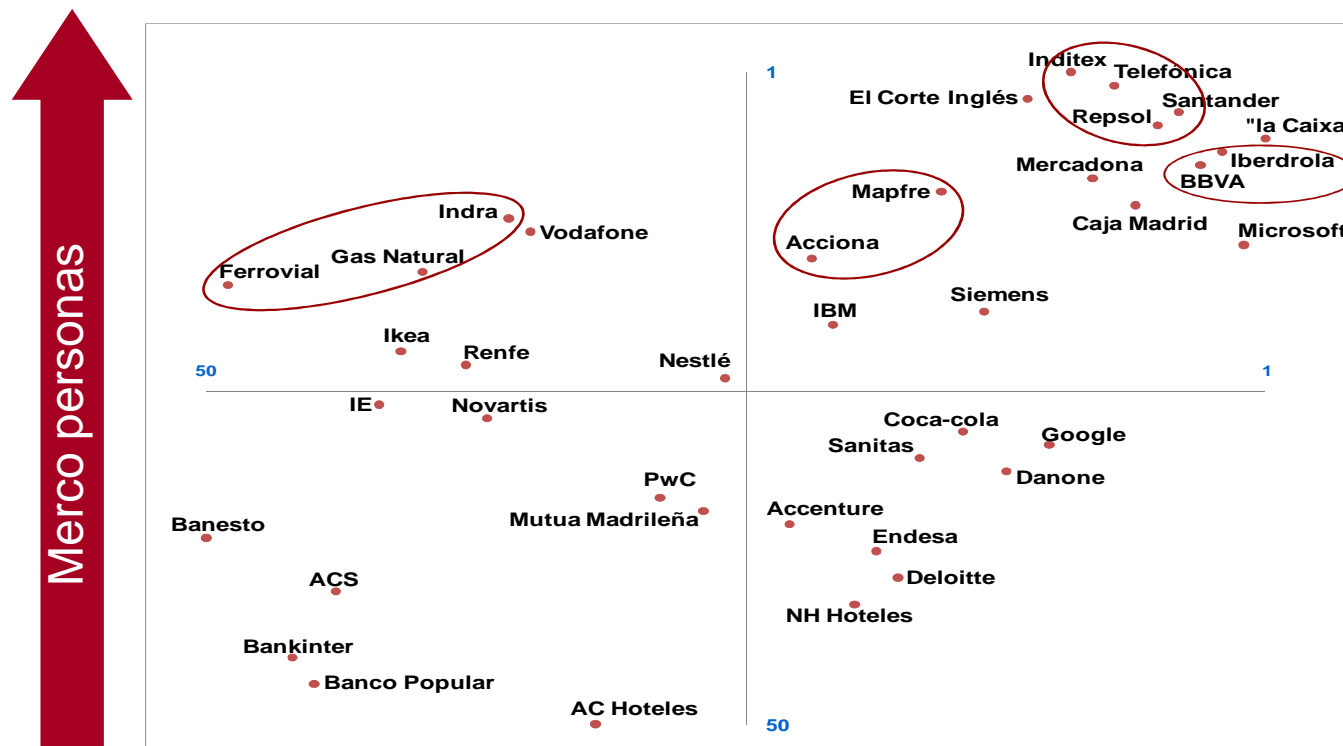
Anexo 2: Internacionalización y RSC

Las 10 multinacionales españolas en el Dow Jones Sustainability Index

Las compañías multinacionales españolas son más responsables: España ocupa el 7º puesto en el Dow Jones Sustainability Index en cuanto a número de empresas de cada país, 19 en el caso de España.

Genera reputación interna

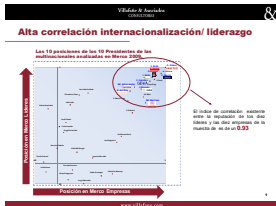
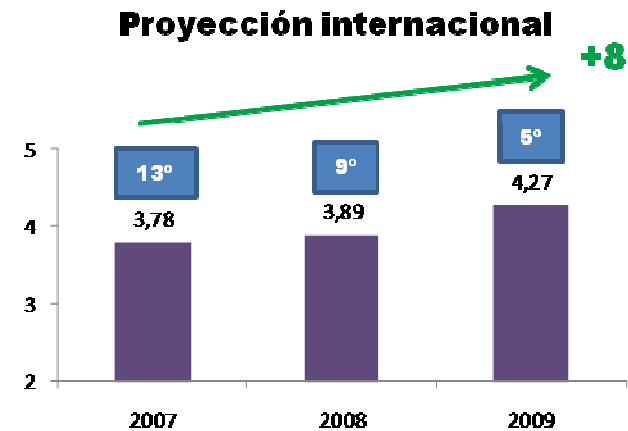
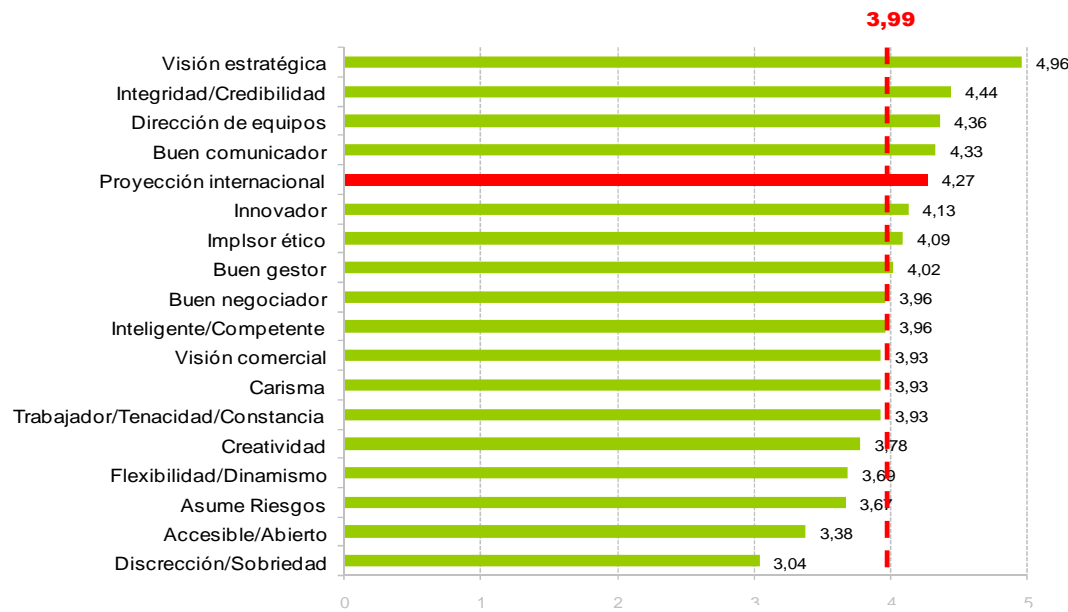
8 de las diez 10 de la muestra figuran entre las 25 mejores empresas para trabajar en España según Merco Personas 2009, y entre las 15 de mejor reputación corporativa según Merco Empresas 2009.



Merco empresas (50 primeras)

La proyección internacional del CEO refuerza la reputación corporativa

La 'proyección internacional' es el 5º atributo de liderazgo que más pesa en la reputación de un CEO y es el factor que más ha crecido en los últimos tres años, pasando de la posición 13 en 2007 a la 5ª en 2009.



Fuente: 1ª Consulta PPPI. Abril 2009

Iberdrola, un caso paradigmático

Iberdrola ha pasado de ser una empresa local a convertirse en una compañía global en los últimos años.

Algunos datos relevantes

- Empleabilidad: 33.000 empleos directos y 35.000 indirectos
- Servicio: 28 millones de clientes en todo el mundo
- Valor económico: Iberdrola ha aumentado un 148% su valor bursátil entre 2003 y 2009
- Inversor global: Más de 40.000 M€ invertidos en el extranjero
- Mercados de referencia: El 33,5% de la energía eólica de Iberdrola se genera en EEUU
- Liderazgo global en eólica de Iberdrola Renovables: potencia instalada en 12 países de 11.406 MW

Iberdrola, un caso paradigmático

La internacionalización, clave en su reputación

El paralelismo existente entre el proceso de internacionalización de Iberdrola y su reconocimiento reputacional, evidencia el efecto benéfico de la dimensión internacional de las empresas sobre su reputación corporativa.

Iberdrola mejora 21 posiciones en Merco entre 2003 y 2009

Iberdrola	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009
Posición en Merco	28	17	8	8	8	8	7
% Influencia de la INT en su REP	1.00	1.60	3.60	3.10	5.20	13.70	16.60

2 hitos en el proceso de internacionalización de Iberdrola

El porcentaje de la internacionalización en la reputación de Iberdrola aumenta a partir del año 2007 por dos motivos:

1. Incorporación a Iberdrola de ScottishPower en 2007
2. Adquisición de Energy East (ahora Iberdrola USA) en EEUU en 2008



Villafañe & Asociados
CONSULTORES