

# Análisis sobre la situación actual de las empresas españolas en relación con el Buen Gobierno.





# Contenidos

<b>Prólogo de Eduardo Sanz</b>	<b>4</b>
<b>Prólogo de Antoni María Güell</b>	<b>5</b>
<b>Introducción: Metodología y Perfil de la Muestra</b>	<b>6</b>
Diseño del Estudio	7
Perfil de la muestra	7
Objetivos	7
<b>Resumen de las principales conclusiones</b>	<b>8</b>
<b>Gobierno Corporativo</b>	<b>10</b>
Evaluación de las medidas incluidas en la regulación de los dos últimos años	11
Implantación de medidas que garanticen el Buen Gobierno	11
Comparativa empresas cotizadas vs no cotizadas sobre las distintas medidas implantadas	12
Consejo de Administración	13
Sistemas de supervisión utilizados por el Consejos de Administración para realizar el seguimiento del Buen Gobierno Corporativo	14
Composición y funcionamiento del Comité de Auditoría	15
Página web corporativa	16
<b>Auditoría Interna</b>	<b>18</b>
Existencia y composición	18
Dependencia dentro de la organización	19
Alcance y tipología de trabajos	19
Nivel de implantación de las recomendaciones	21
Relación con el Comité de Auditoría	21
Sistemas de Información y Auditoría informática	22
<b>Control Interno</b>	<b>23</b>
Importancia de la función de Control Interno	23
Objetivos y grado de efectividad de la función de Control Interno	24
Mecanismos para el desarrollo de la función de control interno	25
Unidades Organizativas y Canales de Comunicación	27
Conocimiento de obligaciones de las empresas afectadas por la ley Sarbanes-Oxley	28
<b>Fraude</b>	<b>29</b>
Percepción de las empresas del riesgo de Fraude	30
El riesgo de Fraude más importante es de origen interno	30
El impacto del fraude en las empresas	30
Medidas de prevención del fraude en las empresas	32
<b>Responsabilidad Social Corporativa (RSC)</b>	<b>33</b>
La RSC no es una moda pasajera	33
La RSC Aporta Valor	34
La información es clave	34
Gran avance en actuaciones en el campo medioambiental	35
Evolución en las actuaciones de carácter social	35
Memorias de RSC	36
Verificación de la información	36
<b>ANEXO I: Datos del Panel</b>	<b>37</b>
Datos sobre el Sector de Actividad	37
Clasificación de las empresas del panel	38
<b>ANEXO II: Panel de empresas participantes</b>	<b>40</b>

# Prólogo

por Eduardo Sanz



**Eduardo Sanz**  
Socio de Deloitte responsable de  
Gobierno Corporativo y Control Interno

En el entorno económico actual, los términos transparencia, control interno y responsabilidad social corporativa se han convertido en habituales para los directivos de las empresas españolas. Las medidas de Reforma del Sistema Financiero, plasmadas en la ley 44/2002 de 22 de noviembre, las recomendaciones del Informe Aldama o la obligatoriedad para las empresas cotizadas de elaborar un informe anual de buen gobierno desde la publicación de la ley 26/2003 de 17 de julio de Transparencia, han ayudado a perfeccionar las tareas encaminadas a dirigir y controlar una empresa. Todos estos conceptos, y otros igualmente importantes, configuran la función de Gobierno Corporativo, que realmente no es un concepto nuevo, ni una preocupación pasajera, sino el armazón básico que ayuda al buen funcionamiento de las empresas y sus gestores.

Sí es cierto, que en estos dos últimos años, se han incorporado por exigencia del Regulador un gran número de medidas que han sido, además, complementadas y ampliadas voluntariamente por los propios gestores, como lo demuestra el hecho de que empresas no obligadas las han implantado.

Además, el hecho de que las empresas hayan comunicado externamente los logros alcanzados, ha incentivado el deseo de superar los estándares fijados, lo cual repercute positivamente en la imagen de la sociedad y en la satisfacción del accionista.

El estudio realizado, que hemos tenido el placer de compartir con ESADE, trata de conseguir un análisis objetivo de la situación actual, tras este periodo tan intenso de cambios. La intención ha sido facilitar a las empresas la comparación de su situación en esta materia respecto a empresas de similares características, facilitándoles el conocimiento de las mejores prácticas.

Deseamos que este objetivo se cumpla, y que el estudio sea de utilidad, y nos ponemos a su disposición para responder a cualquier consulta que nos quieran realizar.

No quiero terminar sin agradecer su colaboración a todas las empresas que nos han respondido, ya que sin ellas no habría sido posible este estudio.

Atentamente



**Eduardo Sanz**  
Socio de Deloitte responsable de  
Gobierno Corporativo y Control Interno

# Prólogo

por Antoni María Güell



**Antoni María Güell**  
Secretario General de ESADE

Es un privilegio el poder presentar este estudio cuyas líneas principales tratan del gobierno corporativo de las empresas y organizaciones; en definitiva, del buen gobernar que se traduce por el buen hacer empresarial.

En el análisis de las organizaciones, hemos invertido tiempo y recursos en el necesario estudio de todo aquello que es funcional para la buena marcha de las mismas con la mirada puesta -casi de manera exclusiva- en los aspectos más concretos de su andadura cotidiana: viabilidad, beneficio, rentabilidad, crecimiento, etc. Es posible que el creciente interés ciudadano por las repercusiones de las conductas empresariales individuales y colectivas, así como la reflexión indispensable sobre los contextos en los cuales se desarrolla la acción empresarial sean una razón importante de la atención que dedicamos actualmente al buen gobernar de las corporaciones.

En los últimos años hemos enriquecido y completado las perspectivas de valoración tanto de los entornos empresariales, como de las mismas empresas consideradas éstas como actores sociales. En efecto, una primera perspectiva se ha preocupado por la sociedad del conocimiento; ello se ha traducido en la preocupación por retener y gestionar el conocimiento de las empresas. Más adelante, estudios como los de Boyatzis y Goleman enfatizan el sentir mostrando la importancia de la inteligencia emocional (la inteligencia "sintiente" de Zubiri), seguramente nos aproximamos a algo así como la dimensión estética de la organización. En tercer lugar, completando los dos anteriores, aparece el buen actuar, fruto del buen gobernar. Es cierto que vivimos en una sociedad del conocimiento; es importante también tener presente el sentimiento estético de la vida en el marco de la sociedad del sentimiento; a todo ello se han de añadir los esquemas socioculturales del actuar que constituyen la necesaria y cada vez más urgente sociedad del comportamiento.

Hegel resumía los esquemas socioculturales del pensar, sentir y actuar aplicados a una organización en un concepto: "Geist" = espíritu. En mi opinión, la preocupación por el buen gobierno, por el buen actuar, por el bien hacer -además del buen pensar y del buen sentir- ha de posibilitar un nuevo y mejor espíritu organizativo en nuestras empresas.

Afirmar finalmente la satisfacción de haber colaborado con Deloitte en una temática decisiva para el futuro tanto de las empresas como de su entorno social.

Atentamente



**Antoni M. Güell**  
Secretario General de ESADE

# Metodología y Perfil de la Muestra

## Ficha Técnica

<b>Ámbito:</b>	Nacional
<b>Universo:</b>	Compuesto por empresas con sede en España y determinado por tipo de empresas que han contribuido al cuestionario
<b>Tamaño de la muestra realizada:</b>	205 empresas (véase Anexo II)
<b>Procedimientos de muestreo:</b>	Autoaplicado por correo postal y/o entrevista personal
<b>Diseño del Estudio:</b>	Cuestionarios con una oleada, correspondiente a la situación en el año 2004
<b>Fecha de realización:</b>	Comienzo del estudio: julio 2004 Finalización del estudio: octubre 2004

## Objetivos del estudio:

- Recopilar la situación actual de una muestra representativa de empresas españolas en el marco de su relación con el Buen Gobierno.
- Posibilitar a las empresas comparar su situación respecto a las empresas del mismo ámbito y entorno socio-económico .

### Diseño del Estudio

Los cuestionarios a cumplimentar por la población objeto han sido diseñados por un equipo de Deloitte que posee una amplia experiencia en Gobierno Corporativo y Control Interno, adquirida en la realización de trabajos de asesoramiento en las principales empresas de nuestro país, y en colaboración con ESADE, con el objetivo de conocer las percepciones de las empresas y su situación actual en relación con el Buen Gobierno.

El estudio se compone de cinco cuestionarios centrados en el análisis de la situación actual de las empresas en relación con el **Gobierno Corporativo, Control Interno, Auditoría Interna, Fraude, y Responsabilidad Social Corporativa - Sostenibilidad**. Cada uno de estos cuestionarios está estructurado en preguntas con distintas posibilidades de respuesta. Estas preguntas pueden ser tanto abiertas, semiabiertas como cerradas. Las respuestas recibidas han sido tabuladas a través de herramientas informáticas para obtener las conclusiones.

### Perfil de la muestra

En el presente estudio se han recogido datos que representan una amplia variedad de organizaciones y de sectores de actividad, participando un total de 210 empresas con sede en España, todas ellas con una facturación que supera los 60 millones de euros y, de las cuales un 28,64% se han catalogado como empresas familiares. El 69,89% de las empresas integrantes en el panel no cotizan en bolsa en España, mientras que el 26,70% de las sociedades lo realiza en bolsas nacionales y el 3,41% se trata de empresas no cotizadas cuya matriz cotiza en España.

### Objetivos

Este estudio no pretende elaborar un ranking respecto al grado de cumplimiento de las distintas iniciativas a implantar, ya que entendemos que estas iniciativas no afectan a todas las empresas por igual y que la problemática de cada una y, por tanto, sus necesidades en relación a las diferentes áreas objeto del estudio, son diferentes en función de diversos factores, tales como los sectores en los que operan, la cultura de control de las organizaciones, la localización, su cifra de facturación, la tipología del accionariado, etc.

Está previsto realizar a lo largo del ejercicio 2005 una puesta al día de este análisis, incorporando información de otros países de la Unión Europea así como de Estados Unidos de América para dar una perspectiva aún más amplia de la evolución del Gobierno Corporativo en las empresas.

# Resumen de las principales conclusiones

Una de las conclusiones que se pueden obtener de forma inmediata a la vista de los resultados es la preocupación que las organizaciones manifiestan por todos los temas relacionados con la mejora de las medidas de control interno o la adopción de medidas relacionadas con el Buen Gobierno y la Responsabilidad Social Corporativa, como lo muestra el hecho de que gran parte de las empresas encuestadas no sólo considera el control interno como una prioridad, sino que además se encuentra actualmente en una fase de establecimiento de políticas concretas en relación con la mejora del control interno.

Esta inquietud se pone de manifiesto en todo tipo de empresas, con independencia de que sean grandes compañías cotizadas o pequeñas empresas de tipo familiar. Sin embargo, una vez se profundiza en el análisis de la adopción de medidas concretas implantadas en las compañías, el que la empresa sea una entidad cuyas acciones cotizan en los mercados oficiales, sí se convierte en un factor determinante, sobre todo en las medidas relacionadas con el Gobierno Corporativo o la Responsabilidad Social Corporativa. De hecho, un 30% de las sociedades no cotizadas encuestadas han implantado algunas de las medidas de obligado cumplimiento para las sociedades cotizadas en España, con independencia en general de otro tipo de factores que caractericen la empresa, como puede ser su sector de actividad o el tamaño de la misma. En concreto, es la publicación del Informe Anual de Gobierno Corporativo la medida de transparencia por excelencia y el principal canal de comunicación hacia los accionistas sobre el gobierno de las sociedades (todas las empresas cotizadas y cerca de un 25% de las no cotizadas muestreadas ha realizado este informe o se está planteando la posibilidad de hacerlo en el corto plazo).

También se ha observado, dentro de la composición de los consejos de administración de la empresa cotizada una potenciación de la figura del consejero independiente, siguiendo así las recomendaciones del Informe Aldama en este aspecto. La proporción de consejeros independientes en estas empresas supera, en el 60% de los casos, el 20% del total de consejeros.

El aspecto relacionado con el Buen Gobierno de las empresas que mayor nivel de implantación tiene en el conjunto global de las compañías encuestadas es la existencia de un Comité de Auditoría, que afirman tener la práctica totalidad de las compañías cotizadas y más de un 35% de las no cotizadas. Las funciones de estos Comités de Auditoría se centran fundamentalmente en el conocimiento y la supervisión de los procesos que permiten la obtención de la información financiera de la Sociedad y la posterior revisión de dicha información, así como la supervisión de los trabajos del departamento de Auditoría Interna y la coordinación de las actuaciones del auditor externo.

La consolidación de la figura del Comité de Auditoría ha potenciado a su vez la visibilidad y mayor responsabilidad de los Departamentos de Auditoría Interna, que se encuentran operativos en más del 65% de las compañías encuestadas, y alcanzando porcentajes superiores al 90% en compañías con volúmenes de facturación superiores a los 500 millones de euros. Es destacable el hecho de que estos departamentos que tradicionalmente se encontraban muy ligados a los departamentos financieros, en la actualidad afirman depender jerárquicamente en más de un 75% de los casos de niveles de Dirección General o superiores, como del Consejo de Administración, de Secretarios del Consejo, de Presidencia o de Comités de Auditoría.

Es en el departamento de Auditoría Interna en el que con mayor frecuencia recae la responsabilidad de la supervisión de los mecanismos de control interno. Esta función se considera crítica por parte de las empresas encuestadas y en el 95% de los casos la función de Auditoría Interna se desarrolla fundamentalmente con personal interno.



También se observa que las medidas concretas utilizadas con mayor frecuencia para llevar a cabo esta función de supervisión del riesgo, son las relacionadas con el seguimiento continuo del presupuesto de la compañía, y con el establecimiento de normas y procedimientos internos que regulen los aspectos básicos del control y gestión de riesgos. Una minoría de empresas encuestadas afirma tener otros mecanismos, como un sistema definido y formalizado de identificación, control, seguimiento y supervisión de riesgos y una identificación y priorización de los mismos en función de su importancia y de su grado de control/probabilidad (mapa de riesgos).

Un aspecto relacionado con el control interno que se ha tratado de forma específica en la encuesta, es el tema del fraude en las empresas. Aunque únicamente el 38% de las compañías valoran como importante el riesgo de sufrir un fraude, más del 22% de las empresas encuestadas afirman haber sufrido algún caso de fraude en los últimos dos años. En casi la mitad de los casos el departamento de Auditoría Interna ha sido determinante a la hora de detectar estas situaciones y proponer actuaciones para prevenir este tipo de acciones, que en la mayor parte de los casos se centran en el establecimiento de sistemas de control de cobros y pagos o revisión de los sistemas de aprobación de gastos.

Por último, otro de los aspectos analizados y muy en auge actualmente, es todo lo relacionado con la Responsabilidad Social Corporativa - Sostenibilidad. En relación con este tema, es en las compañías cotizadas en las que se pone de manifiesto un mayor interés en comunicar al mercado las medidas adoptadas por la empresa en relación con temas de Responsabilidad Social Corporativa, sobre todo en aspectos relacionados con el medioambiente. Existe, en relación con este tema, una actitud muy diferente entre las sociedades cotizadas y el resto, así como una tendencia sectorial más marcada, siendo aquellos sectores como el industrial o el energético en los que existe una mayor preocupación por estos temas. De este modo, el 80% de las compañías cotizadas incluyen aspectos relacionados con la responsabilidad social corporativa en su informe anual, mientras que únicamente el 40% de las no cotizadas detalla esta información.

En resumen, podemos afirmar que la inquietud de las empresas por la implantación de medidas destinadas a mejorar sus sistemas de control interno no es una moda pasajera, ni proviene exclusivamente de las exigencias derivadas de la normativa vigente. Las empresas perciben que los sistemas de control interno mejoran la eficacia y eficiencia de sus operaciones, lo que aporta mayor valor para su empresa. Asimismo, en relación con la comunicación de información a los mercados de las medidas adoptadas en materia de Buen Gobierno y Responsabilidad Social Corporativa, existe la percepción generalizada que ser líder en estas materias aporta valor a las compañías a través de la potenciación de la imagen de marca o del incremento de la satisfacción del accionista.

Estamos en un momento en el que las empresas están inmersas en la mejora de sus mecanismos de Gobierno Corporativo y Control Interno, lo que supone en algunos casos incluso un cambio en la cultura empresarial. Sin duda, todo ello tendrá consecuencias beneficiosas, tanto para las compañías, como para sus principales grupos de interés, como pueden ser sus accionistas o empleados.

# Gobierno Corporativo

La Organización para la Cooperación y Desarrollo Económico (OCDE) define Gobierno Corporativo como el sistema por el cual las compañías son dirigidas y controladas, según el interés de los accionistas, para mantener y crear valor.

En la actualidad, hay una opinión generalizada sobre las responsabilidades claves que deben asumir los consejos de administración para el Buen Gobierno Corporativo. Estas son, básicamente, las que el informe COSO(\*) señala para el proceso de control interno de las Organizaciones, y que el Informe Olivencia denomina "el núcleo de la misión del consejo".

Esta función general se podría resumir en:

- Asegurar la fiabilidad de la información financiera publicada
- Vigilar la eficiencia de la gestión operativa / mejora de procesos
- Efectuar el seguimiento de la realización de los planes y políticas establecidos
- Comprobar el cumplimiento de las leyes, regulaciones y normas internas
- Mantener un clima de ética empresarial que obligue tanto a los consejeros, como a los directivos y personal empleado de cualquier nivel o categoría laboral, a prevenir los fraudes e irregularidades que pudieran producirse en su organización.
- Salvaguarda de los activos.

En definitiva, el Consejo de Administración y la Alta Dirección tienen la responsabilidad de establecer un sistema de control interno adecuado que cubra todos los aspectos de las operaciones de la empresa y los riesgos relacionados con las mismas.

El presente capítulo pretende resumir la actitud y la respuesta de las empresas españolas ante la introducción de las modificaciones en la Ley Financiera, la publicación del código Aldama y la nueva ley de Transparencia en el ámbito de la empresa cotizada en España, y el grado de preparación ante el cambio que estas obligaciones han supuesto.

(\*) Informe COSO (Committee of Sponsoring Organizations): Informe que se publicó en EE.UU. en 1992, plasmando los resultados obtenidos por el Grupo de Trabajo que la Treadway Commission formó en Estados Unidos con el objetivo de definir el marco conceptual del control interno

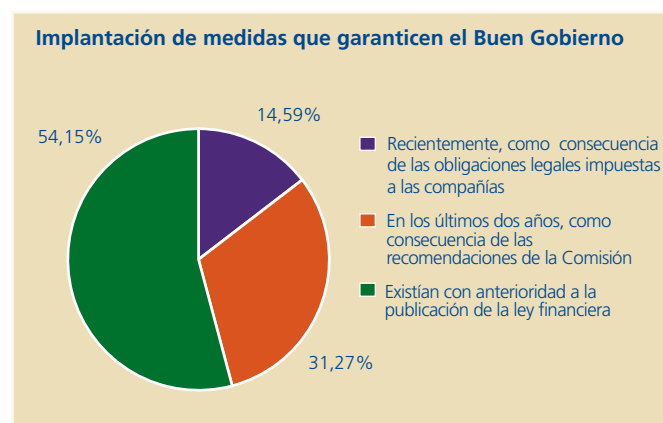
### Evaluación de las medidas incluidas en la regulación de los dos últimos años

El 69,39% de las empresas cotizadas valoran positivamente la adopción de estas medidas, ya que consideran que son beneficiosas para mejorar la imagen empresarial y que se están acometiendo, por parte del regulador, de forma adecuada. Por contra, un 30,61% tiene una percepción negativa de las mismas, unos porque las consideran excesivas (26,53%) y otros por estimarlas escasas, o irrelevantes para garantizar el Buen Gobierno (4,08%).

Las empresas no cotizadas también tienen una percepción positiva de las medidas de gobierno corporativo establecidas en los últimos dos años, ya que el 76,56% considera que deberían aplicarse a todas las sociedades, independientemente de que coticen o no en bolsa. Sin embargo, el 23,44% de las empresas opina que este tipo de medidas sólo deberían aplicarse a las empresas cotizadas, tal y como ocurre en la actualidad.

### Implantación de medidas que garanticen el Buen Gobierno

Algo más de la mitad de las empresas cotizadas encuestadas afirman que habían iniciado el proceso de implantación de medidas de Buen Gobierno con anterioridad a la publicación de las modificaciones a la Ley Financiera en noviembre de 2002; el 31,27% ha comenzado la implantación de este tipo de medidas en los últimos dos años, como consecuencia de las recomendaciones del Informe Aldama, y sólo un 14,59% han empezado a actuar recientemente como respuesta a las obligaciones legales que les han venido impuestas.



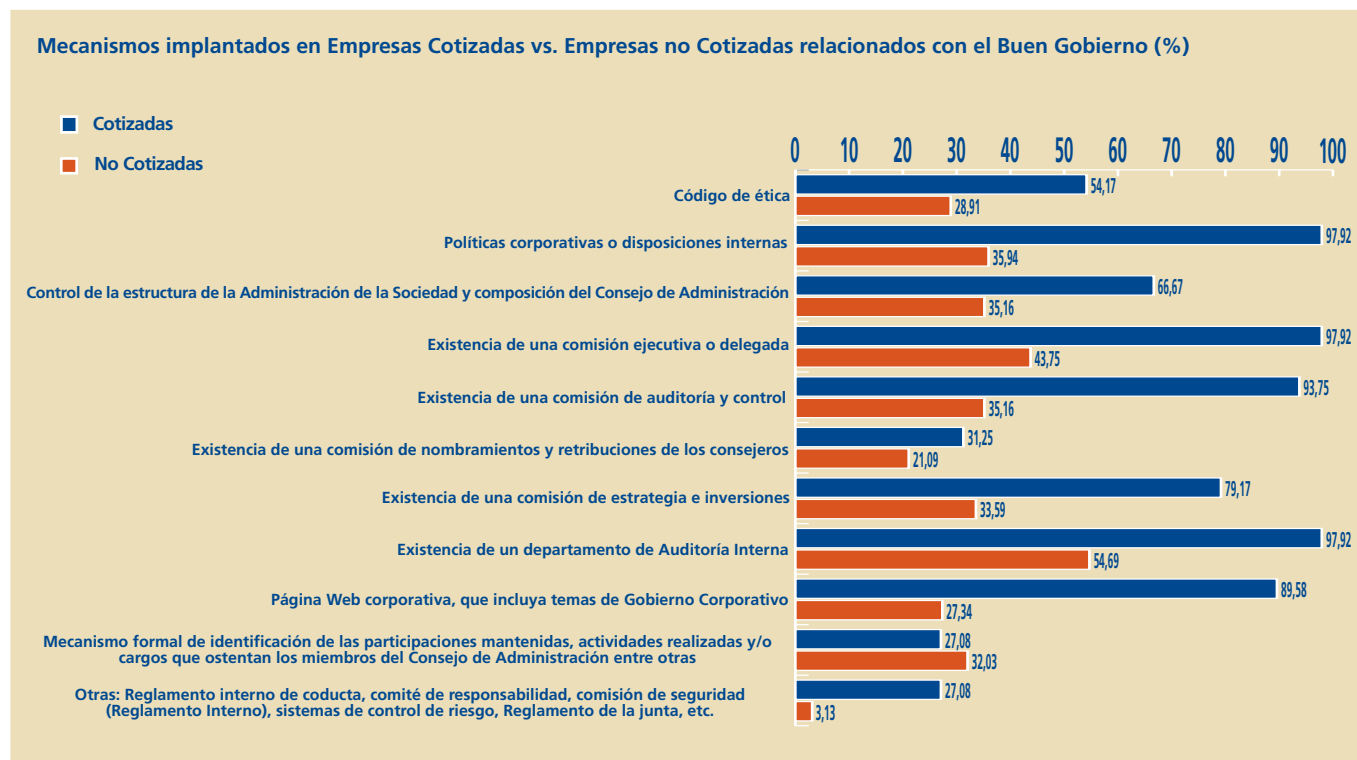
**Comparativa empresas cotizadas vs no cotizadas sobre las distintas medidas implantadas**

La obligatoriedad para las empresas cotizadas, desde la publicación de la Ley 26/2003 de 17 de julio de Transparencia de elaborar y publicar de un informe anual de gobierno corporativo supone, sin perjuicio de las distintas recomendaciones de autorregulación (como, por ejemplo, las señaladas en el Informe Aldama), un paso adelante en el camino hacia la transparencia para el correcto funcionamiento de los mercados.

En este estudio no se han incluido los aspectos formales de los informes de gobierno corporativo publicados. Sin embargo, sí es importante destacar que un 10% de las empresas no cotizadas participantes en el estudio han elaborado un informe de gobierno corporativo y que un 13% de las mismas, aunque aún no lo ha realizado, sí se está planteando la posibilidad de hacerlo en el corto plazo.

En el gráfico que aparece a continuación se puede observar el grado de implantación en las empresas tanto cotizadas como no cotizadas en cuanto de los distintos mecanismos relacionados con el Buen Gobierno de las sociedades. Se puede destacar que la mayoría de estos mecanismos (salvo tener un código de ética corporativo) son legalmente obligatorios en el caso de empresas cotizadas, según, fundamentalmente, la Circular 1/2004 de 17 de marzo de la CNMV que viene a detallar el contenido y estructura del informe anual de gobierno corporativo de las empresas cotizadas.

Tal y como se indicaba en la primera parte de este apartado, se demuestra en este gráfico que aproximadamente un 30% de las empresas no cotizadas participantes en este estudio, pese a no estar sometidas a la obligatoriedad de implantar este tipo de instrumentos sí que han implantado algunos de esos instrumentos de transparencia y buen gobierno.



### Consejo de Administración

En este apartado se analizan los aspectos relacionados con la composición y el funcionamiento interno de los Consejos de Administración como máximo órgano ejecutivo de las empresas, así como los sistemas que mayoritariamente utilizan para realizar un seguimiento adecuado en materia de Buen Gobierno.

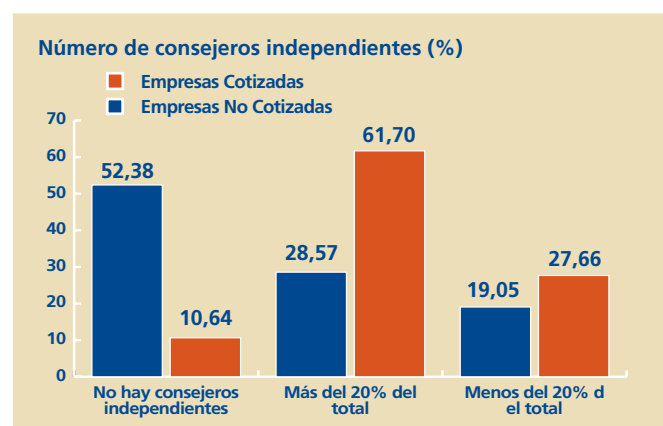
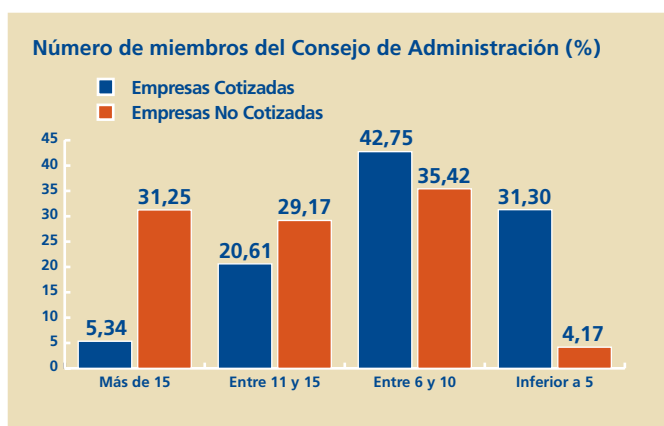
#### Composición, funcionamiento y sistema de remuneración del Consejo de Administración

Respecto al número de miembros del Consejo, cabe destacar que en aproximadamente el 70% de las empresas del panel (cotizadas o no) poseen de 6 a 15 miembros en sus consejos. Es difícil definir el número ideal de miembros ya que éste depende de la composición del accionariado de la sociedad y de la cultura organizativa en estos temas, de forma que consiga optimizarse la riqueza de opiniones en los Consejos por la variedad de consejeros y el coste económico que supone el mantener un alto número de ellos.

En relación con la composición del Consejo de Administración, y en concreto con la proporción que deben alcanzar los consejeros externos independientes, el Informe Aldama recomienda que exista una mayoría amplia de consejeros externos en el Consejo y, dentro de éstos, una participación muy significativa de consejeros independientes, teniendo siempre en cuenta la estructura accionarial de la sociedad y el capital representado en el Consejo.

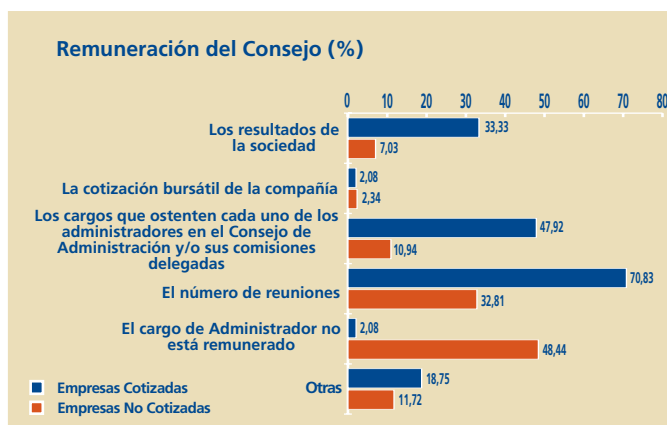
Siguiendo esta recomendación, el 61,70% de las empresas cotizadas tienen un número de consejeros externos independientes que supone más de un 20% del total de consejeros del Consejo de Administración, mientras que un 10,64% de ellas no cuentan con ningún consejero independiente.

Por otro lado, un 52,38% de empresas no cotizadas no tienen consejeros independientes en sus Consejos de Administración.



En relación con el sistema de retribución a los consejeros, el más común es la remuneración en función del número de reuniones (dietas y retribuciones por asistencia) seguido por la remuneración en función de los cargos que se ostente en el Consejo de Administración y/o sus comisiones delegadas, aunque ambos sistemas no son incompatibles y conviven en muchas de las empresas encuestadas.

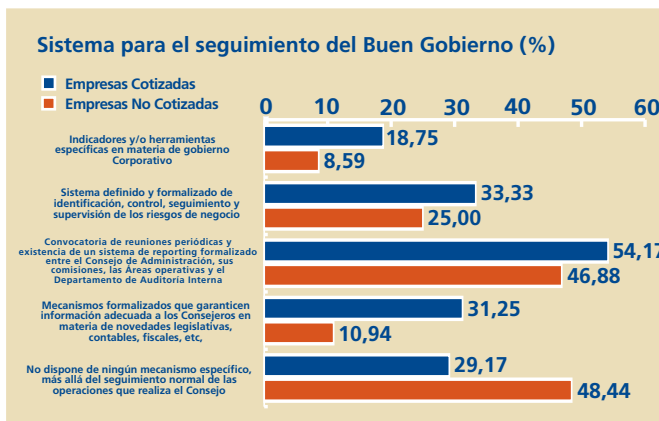
También es de destacar que, en un 48,44% de las empresas no cotizadas, el cargo de Administrador no está formalmente remunerado.



En relación con la periodicidad de las reuniones del Consejo, lo más común entre las empresas cotizadas es una reunión al mes (85,11%). Sin embargo, en el caso de empresas no cotizadas, es más frecuente que las reuniones del Consejo de Administración se realicen de forma semestral o trimestral.

### Sistemas de supervisión utilizados por el Consejo de Administración para realizar el seguimiento del Buen Gobierno Corporativo

El gráfico que aparece a continuación presenta distintos mecanismos a través de los cuales el Consejo de Administración de una empresa puede realizar un seguimiento más o menos profundo en función del grado de implantación y de desarrollo de las empresas en materia de buen gobierno.



El artículo 47 de la Ley 44/2002 de 22 de diciembre de Medidas de Reforma del Sistema Financiero establece, además de la obligatoriedad de existencia de un Comité de Auditoría para todas aquellas sociedades emisoras de valores cuyas acciones u obligaciones estén admitidas a cotización, indicaciones sobre la composición de dicho comité y las competencias mínimas para su funcionamiento.

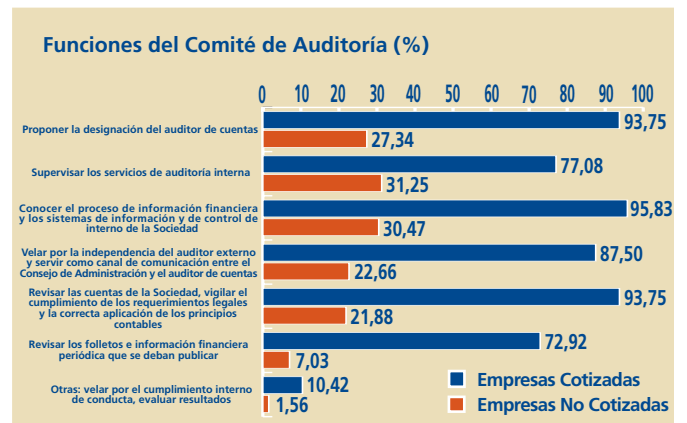
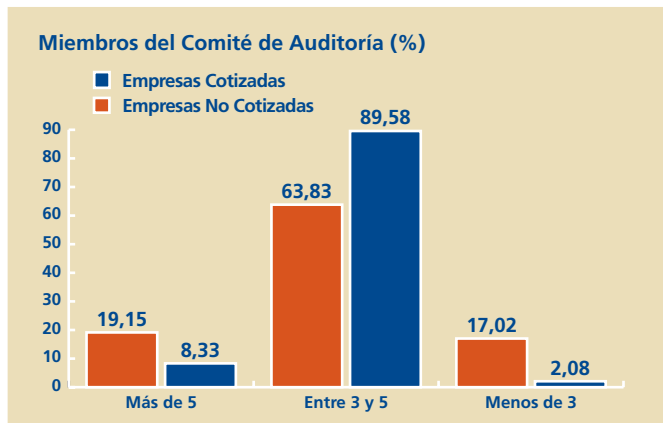
**Composición y funcionamiento del Comité de Auditoría**

Se observa del estudio que sólo un 2,04% de empresas cotizadas no tienen actualmente operativo un Comité de Auditoría. Asimismo, es también destacable el hecho de que un 36,72% de las empresas no cotizadas participantes en el estudio disponen de este Comité.

En la figura se observa cómo la media de miembros del comité de auditoría, tanto para empresas cotizadas, como para empresas no cotizadas, se encuentra entre 3 y 5.

Respecto a la frecuencia de las reuniones, el 64,44% de los Comités de Auditoría de las empresas cotizadas se reúnen más de cuatro veces al año, mientras que el porcentaje restante lo hacen de forma semestral o trimestral.

En relación a las funciones principales del Comité de Auditoría, en el caso de las empresas cotizadas los resultados son bastante homogéneos, ya que la mayoría de los comités de auditoría de este tipo de empresas tienen entre sus funciones las indicadas más abajo.



**Página web corporativa**

En cumplimiento de lo establecido en la ley 26/2003 de 17 de julio, de Transparencia, todas las empresas cotizadas que han participado en este estudio disponen de una página web corporativa para atender al ejercicio, por parte de los accionistas, del derecho de información, y para difundir información relevante.

Sin embargo, en relación a la información que contiene las páginas web corporativas de las empresas cotizadas, el resultado de la encuesta es la siguiente:



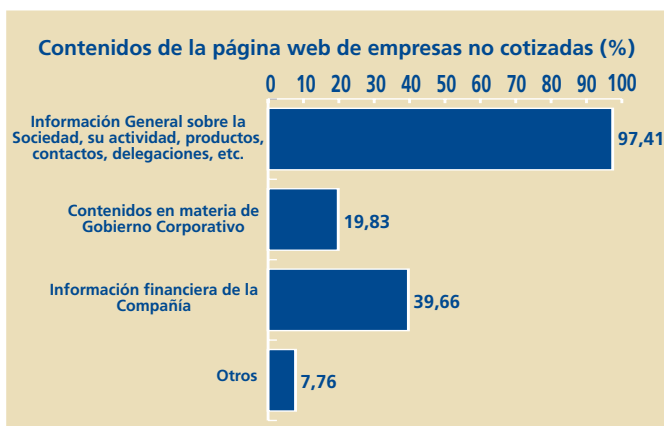
Según se puede observar en este cuadro, aunque la gran mayoría de las empresas cotizadas facilitan una amplia información de tipo financiera, de funcionamiento de sus órganos de gobierno y de la relacionada con la relación con sus accionistas, aún hay aproximadamente un 5% de empresas cotizadas que no está facilitando alguna de esta información que, en muchas ocasiones, es obligatoria legalmente.

Por otro lado, en la mayoría de las páginas web de las empresas cotizadas no existen procedimientos para el ejercicio del voto a distancia ni para conferir la representación en la Junta General. No obstante, la gran parte de las empresas que disponen de este tipo de información reconocen que se trata de algo realmente más estético que real ya que en España está aún por desarrollar la tecnología necesaria para que se pueda realizar de forma eficaz el voto electrónico fundamentalmente por la dificultad que entraña la identificación de los portadores de acciones no nominativas.

Por el lado de las empresas no cotizadas, un 88,55% de las empresas encuestadas afirman tener una página web corporativa y un 2,29% aún no dispone de ella pero está en proceso de desarrollo de la misma.



Asimismo, tal y como se muestra en el cuadro siguiente, es importante indicar qué tipo de información se está facilitando a través de la página web de las empresas no cotizadas:



Tal y como se observa en la figura anterior, lo más común es que las empresas informen a través de sus páginas web sobre la actividad que desempeñan, los productos que comercializan, los servicios que prestan, las direcciones y personas de contacto, etc; sin embargo, tan sólo un 39,66% de estas empresas facilitan información de tipo financiero y sólo un 19,83% dan información sobre contenidos en materia de Gobierno Corporativo que afectan a la sociedad.

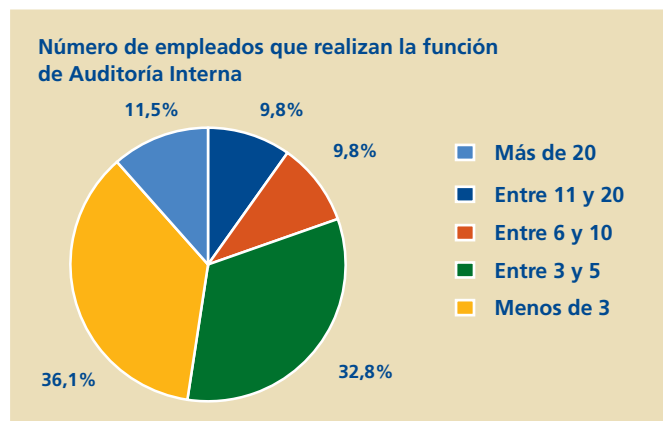
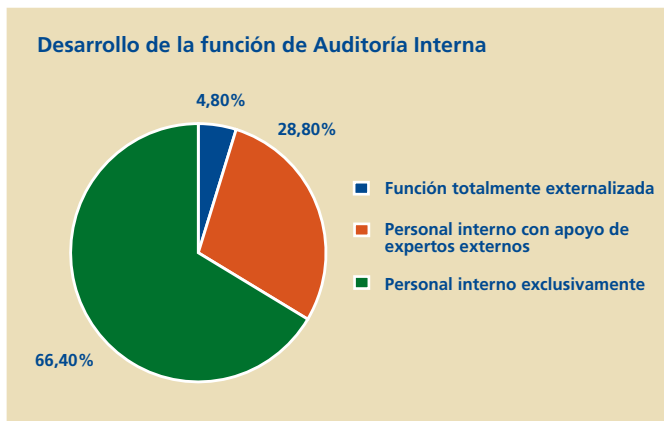
# Auditoría Interna

La función de auditoría interna está desarrollada en el 65,78% de las compañías encuestadas. Las que tienen un número de empleados superior al millar o las que tienen un volumen de facturación por encima de los 500 millones de euros, son las que más comúnmente desarrollan esta función (76% y 94%, respectivamente), siendo estos factores más determinantes que el hecho de pertenecer a un Grupo cotizado o no.

## Existencia y composición

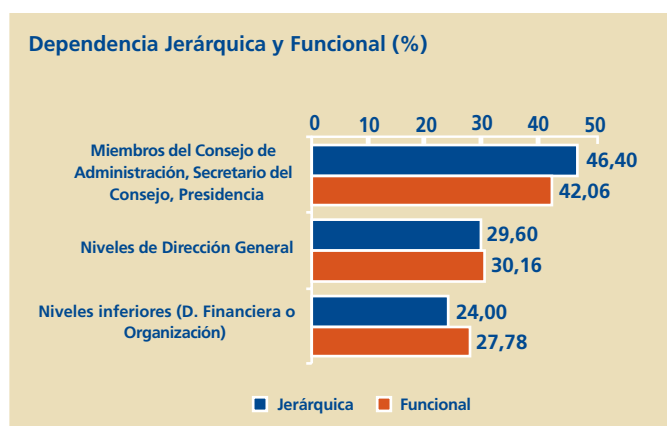
Un 95,2% de las empresas llevan a cabo las funciones de auditoría interna con personal propio. De estas empresas, más del 28,8% recurren en momentos puntuales a solicitar apoyo de expertos externos. Esta política está resultando ser muy útil en aquellos casos en los que las dimensiones del departamento hace imposible acometer internamente determinados trabajos que puedan ser encomendados a esta área. Las empresas que por el contrario tienen externalizada esta función son sociedades o grupos con altos volúmenes de facturación y con más de 1.000 empleados, aunque actualmente sólo un 5% de las compañías encuestadas han optado por esta modalidad.

El hecho de buscar apoyos en expertos externos tiene sentido sobre todo al analizar las dimensiones de los departamentos de Auditoría Interna. En más del 68% de las compañías encuestadas no hay más de 5 personas integrando el departamento y, la mayor parte de las veces, estamos hablando de empresas con más de 1.000 empleados. Lo que quiere decir que, o se trata de departamentos de auditoría interna en proceso de formación y desarrollo, o que estos departamentos acometen sin problemas la planificación y gestión del departamento, pero necesitan recursos "extras" para la realización del trabajo de campo. Estas colaboraciones en todo caso, no suelen suponer más de 3.500 horas de trabajo anuales, o al menos así lo manifiestan el 86% de las compañías que demandan estos servicios.



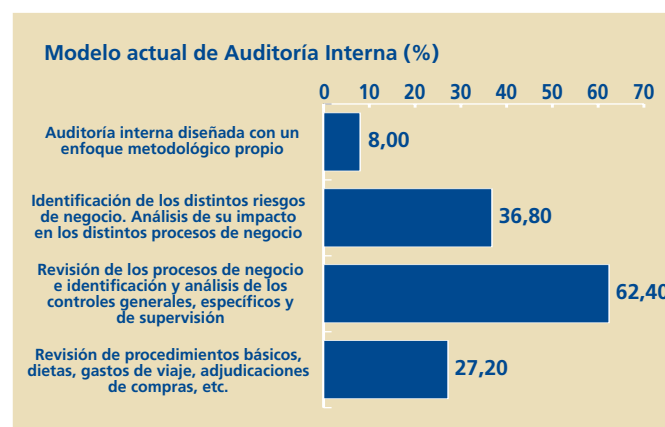
### Dependencia dentro de la organización

Tradicionalmente los departamentos de auditoría interna estaban muy ligados a los departamentos financieros. Sin embargo, en los últimos años se ha potenciado esta función, haciendo que la misma ocupe lugares más relevantes y con mayor acceso a los puestos de Alta Dirección, pero sobre todo, se ha manifestado una tendencia a la desvinculación de los departamentos de Auditoría Interna de los departamentos financieros o de administración. En la actualidad, el 76% de las sociedades encuestadas afirman que la Dirección de Auditoría Interna depende jerárquicamente de niveles de Dirección General o superiores (miembros del Consejo de Administración, Secretarios de Consejo, Presidencia, etc.). Este porcentaje baja sensiblemente, cuando son preguntadas acerca de su dependencia funcional, ya que el 25% de sus departamentos de auditoría interna dependen funcionalmente de niveles inferiores a su dependencia jerárquica, siendo esta dependencia funcional aún en el 28% de los casos de departamentos como la Dirección Financiera u Organización.



### Alcance y tipología de trabajos

El enfoque de los trabajos que llevan a cabo las compañías en el 27,20% de los casos se centra aún en revisiones de procedimientos básicos. El hecho de que en un 62,40% de los casos el enfoque esté más centrado en revisiones de procesos de negocio e identificación de riesgos es una evidencia de que su trabajo está concentrado en aquellos aspectos del negocio significativos y en la detección de oportunidades de mejora de los procesos. Habitualmente las compañías tienen implantados sistemas de control interno que garantizan el correcto registro de las operaciones y minimizan los niveles de fraude. La verificación de la eficiencia y funcionamiento de esos controles en los procesos es mucho más eficiente que la revisión documental de grandes volúmenes de operaciones y las conclusiones de dichos trabajos suelen aportar mayor valor añadido que en el segundo caso.

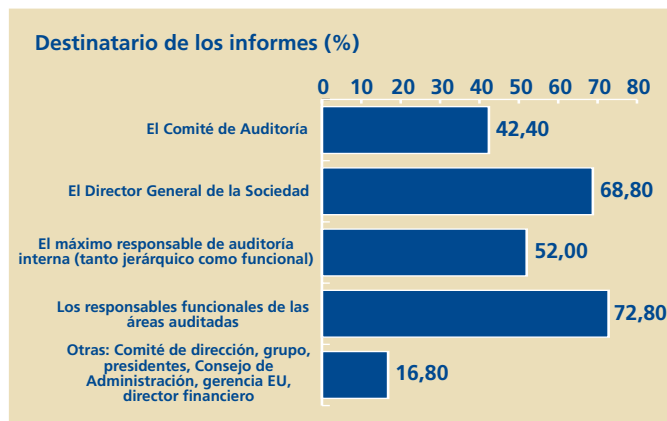
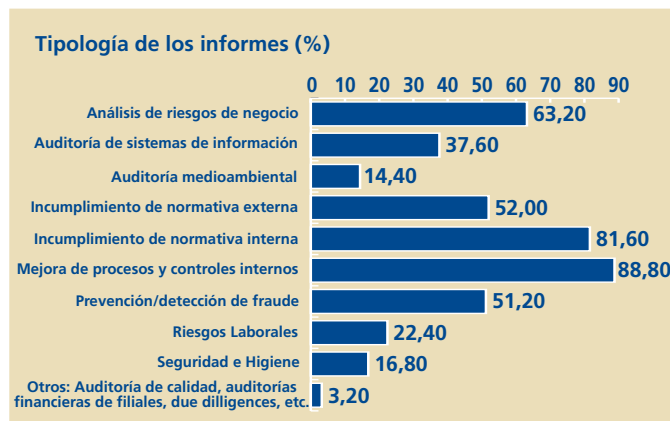


## Gobierno Corporativo y Control Interno

Análisis sobre la situación actual de las empresas españolas en relación con el Buen Gobierno

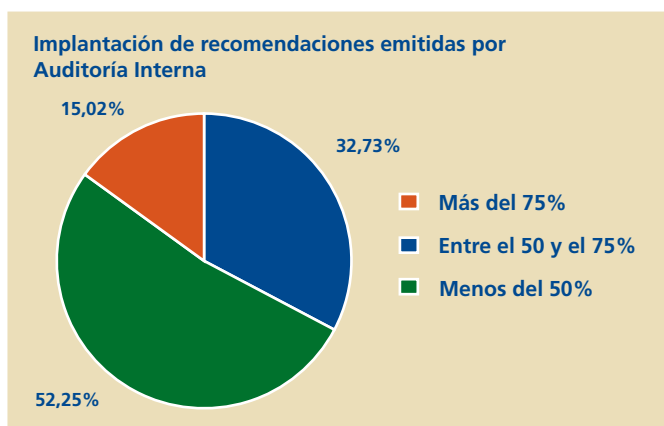
El tipo de trabajo determina en gran medida la tipología de informes, entre los más habituales son los relacionados la mejora de procesos y controles internos ya que los emiten cerca de un 88,8% de las compañías. En el extremo opuesto, temas como la Auditoría Medioambiental o Seguridad e Higiene, son objeto de análisis en menos del 20% de las compañías.

En la gran mayoría de las empresas encuestadas no hay un único destinatario de los informes de auditoría, sino que tanto los responsables funcionales de las áreas de auditadas, como la Dirección General de la Compañía reciben en la mayoría de los casos los informes resultantes.



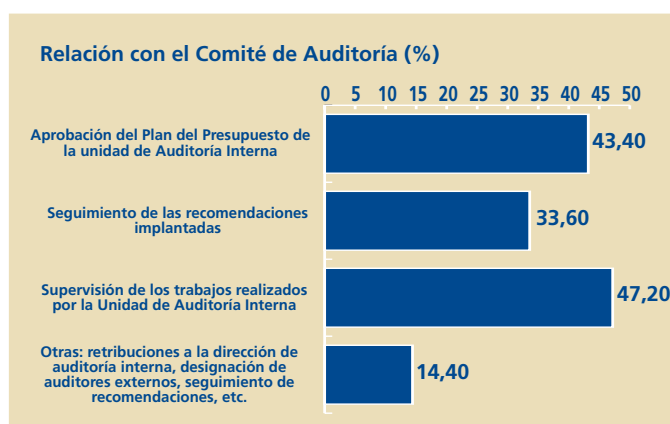
### Nivel de implantación de las recomendaciones

El 52,25% de las empresas afirman que más del 75% de las recomendaciones emitidas por parte de la función de Auditoría interna se llegan a implantar y sólo un 15,02% de las empresas entrevistadas dicen que se implantan menos del 50 % de las recomendaciones emitidas por la función de Auditoría interna. Sin duda alguna, superar niveles del 75% en la implantación de las recomendaciones puede considerarse un éxito desde el punto de vista de aportación de valor por parte de los departamentos de Auditoría Interna a su organización, ya que en muchos casos eso supone el establecimiento o la renovación de procedimientos de trabajo en las compañías, lo que no siempre es fácil de llevar a cabo. El posicionamiento de la Dirección de Auditoría Interna en niveles de Alta Dirección y la remisión de sus informes en un porcentaje significativo a la Dirección General, contribuye positivamente al incremento en el nivel de implantación de las recomendaciones emitidas por estos departamentos.



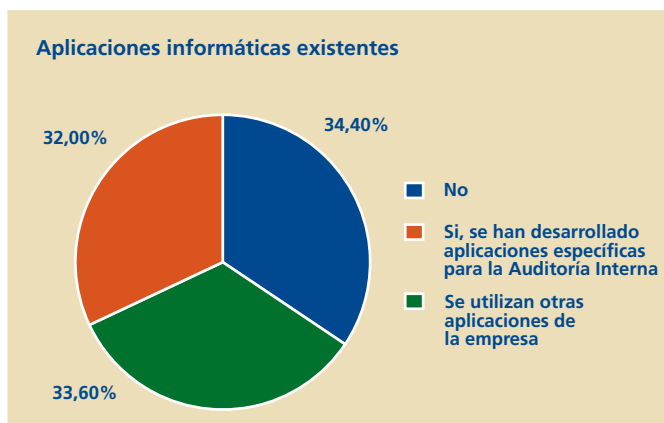
### Relación con el Comité de Auditoría

Los resultados de la encuesta demuestran que, en aquellas empresas en los que hay un Comité de Auditoría, existe una relación de supervisión por parte del mismo sobre los trabajos del departamento de Auditoría Interna, siendo además superior al 50% el porcentaje de encuestados que afirman que se informa del grado de implantación de las recomendaciones efectuadas.

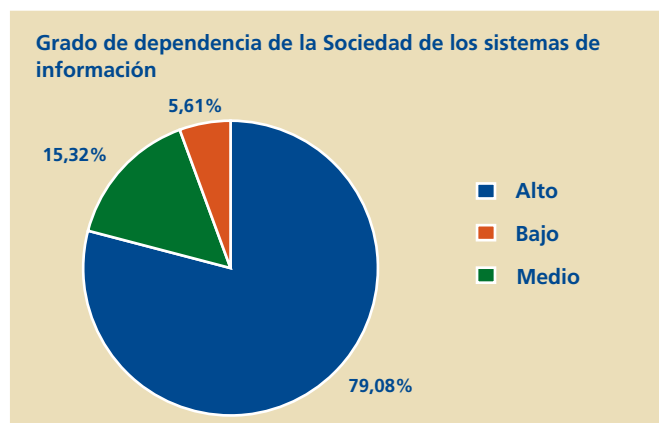


### Sistemas de Información y Auditoría informática

El siguiente gráfico muestra la existencia o no de herramientas informáticas o de aplicaciones desarrolladas específicamente para la función de Auditoría Interna que faciliten la documentación de los trabajos y seguimiento de las recomendaciones realizadas. Así un 33,6% de las empresas encuestadas utilizan aplicaciones o herramientas específicas para la Auditoría interna que cubren las necesidades del departamento. Otro 34,40% dice utilizar otras aplicaciones de la empresa, mientras que un 32,00% afirma que no existen herramientas o aplicaciones específicas.



Atendiendo a los procesos críticos que soporta la sociedad, su volumen de transacciones y el potencial impacto de la indisponibilidad/caída de los sistemas, el 79,08% de las empresas creen que el grado de dependencia de los sistemas de información es alto, el 14 % piensa que es medio y el 5,61% piensa que es bajo.



Sin embargo, a pesar del alto nivel de dependencia de los sistemas de información el 45% de las empresas reconocen no disponer de personal con dedicación específica para temas relacionados con la auditoría informática. En muchos casos, la necesidad de una formación muy específica hace que las compañías decidan subcontratar estos servicios a expertos externos cuyos perfiles se adecúen en cada caso a las necesidades específicas del proyecto a acometer (seguridad informática, revisión de controles de los sistemas, etc.) ya que a pesar de esa falta de recursos internos, el 65% de las Sociedades sí realizan trabajos relacionados con la auditoría informática.

# Control Interno

El concepto de control interno de las Organizaciones se encuentra definido en numerosos estudios e informes a nivel mundial, pero quizás el de uso más generalizado en las empresas en la actualidad es el que se describe en el Informe COSO. Según este informe, se puede definir el Control Interno como el proceso efectuado por el Consejo de Administración, la Dirección y el resto del personal de una entidad, para proporcionar un grado de seguridad razonable respecto a la consecución de objetivos relacionados con la fiabilidad de la información financiera, eficacia y eficiencia de las operaciones, y cumplimiento de las leyes y normas aplicables.

## Importancia de la función de Control Interno

Como resultado del análisis del estudio, se concluye que la [práctica totalidad de las empresas que han colaborado en este estudio afirma que el Control Interno es una prioridad para la Alta Dirección de la empresa.](#)

Cabe destacar que [gran parte de las empresas cotizadas](#) no sólo considera el Control Interno como una prioridad, sino que además [se encuentran en fase de establecimiento de políticas concretas de Control Interno](#), ya que lo consideran como una de las principales áreas de mejora dentro de la empresa en el corto plazo.

**Objetivos y grado de efectividad de la función de Control Interno**

El establecimiento de objetivos constituye un requisito previo para el buen funcionamiento de toda función de Control y su sistema correspondiente. A este respecto cabe remarcar que los objetivos de Control deben ser **específicos, así como adecuados, completos, razonables e integrados con los objetivos globales de la entidad.**

Los objetivos que cubren principalmente los sistemas de control interno establecidos por las organizaciones del panel que cotizan son los que se muestran a continuación:

- **Garantizar el cumplimiento de la normativa aplicable**, tanto contable como fiscal, legal o medioambiental.
- **Garantizar la importancia de la integridad de la información financiera.** A pesar de ser uno de los objetivos clave para las empresas cotizadas, cabe mencionar que más de un 25% de estas organizaciones no tiene integrado el proceso de identificación y gestión de riesgos con el de reporting financiero, aunque la tendencia de la gran mayoría es la integración de ambos procesos.

Respecto a los objetivos que buscan los sistemas de control interno implantados en las **empresas no cotizadas**, se puede afirmar que perciben con igual importancia y cubren con un porcentaje o peso similar, tanto los objetivos indicados anteriormente como los que hacen referencia a:

- **La eficacia y eficiencia de las operaciones. Mejora de procesos.**
- **Cumplimiento de la normativa interna**

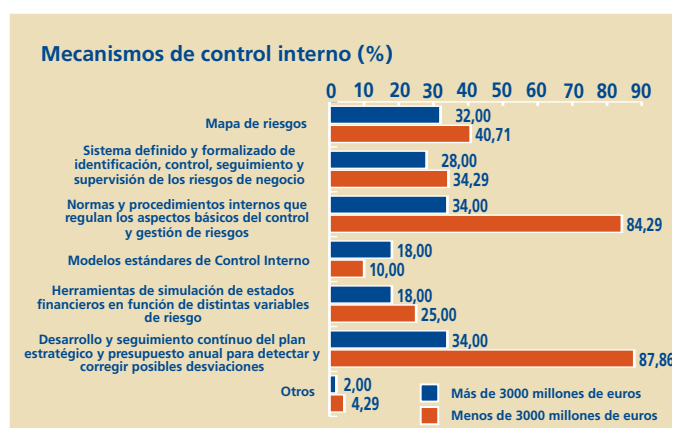
En general, todas las empresas encuestadas consideran que el sistema de control interno que tienen implantado es suficientemente efectivo como para:

• Permitir cumplir con los nuevos sistemas de reporting y con los desgloses de información requeridos por la nueva regulación en cuanto a transparencia y gobierno corporativo	62,11%
• Superar la revisión de auditores externos u otros organismos reguladores como la CNMV, el Banco de España, la SEC, etc.	60,53%
• Prevenir irregularidades y/o situaciones de fraude	55,79%
• Mejorar los flujos de información para la toma de decisiones	47,89%
• Evaluar el adecuado diseño y la eficacia de los controles asociados a los principales riesgos de la empresa	43,68%



### Mecanismos para el desarrollo de la función de control interno

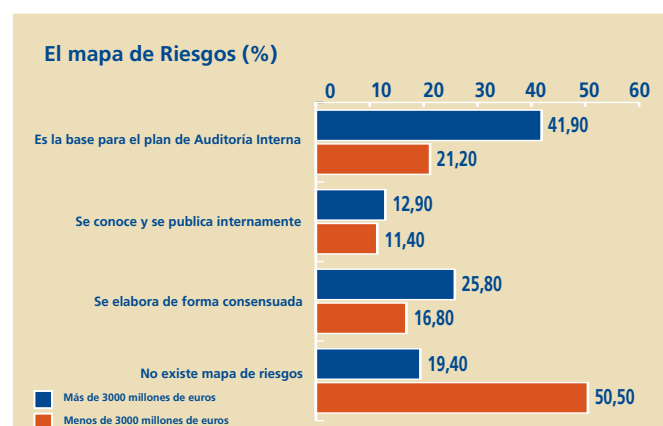
En el estudio realizado se han analizado los principales mecanismos utilizados por las empresas del panel para el desarrollo de la función de control interno, ilustrando los resultados en la figura, tanto para grandes, como para pequeñas y medianas empresas.



En cuanto al **Mapa de Riesgos** es una herramienta de gestión ideada por el canadiense Tim Leech, que impulsó hace diez años en el "Control Risk Self Assessment" (CRSA) y que permite conocer de una forma integral las amenazas que tiene la empresa y su objetivo de reducir el riesgo corporativo, enfocando el control hacia esos riesgos.

En relación con los resultados del estudio es importante destacar que un 72,9% de las empresas cotizadas tienen un mapa de riesgos.

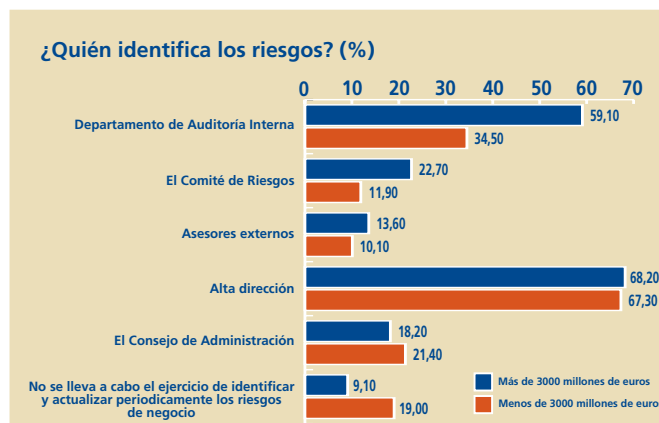
Si se analizan estos mismos datos, pero en relación al **volumen de facturación** de las empresas integrantes del panel, y como se puede observar en la figura, un 80,6% de las grandes compañías (con más de 3.000 millones de euros de facturación anual) desarrollan su mapa de riesgos y para un 41,9% de las mismas éste es la base para la elaboración del plan de auditoría interna. Por otro lado, algo menos de la mitad de las empresas del panel con una facturación inferior a 3.000 millones de euros anuales también tienen dicho mapa.



Un aspecto fundamental en la evaluación de los riesgos estriba en que no sólo es importante conocerlos sino gestionarlos de manera eficiente. En ésta línea, un 77,84% de las organizaciones analizadas tienen establecidas políticas relativas al nivel de tolerancia y a las autorizaciones requeridas para la asunción de riesgos de negocio.

Asimismo, es importante conocer, para aquellas empresas que disponen de un mapa de riesgos, quienes son las personas o departamentos que realizan esta identificación y priorización de riesgos. En la mayoría de los casos esta tarea la está realizando la Alta Dirección de la empresa, y en el caso de empresas con una facturación superior a los 3.000 millones de euros anuales, se realiza de manera conjunta con el departamento de Auditoría Interna.

Sin embargo en la gran mayoría de las empresas con una facturación inferior a 3.000 millones de euros anuales, no es el departamento de auditoría interna el que realiza este trabajo de identificación de riesgos, ya que como se expone en el apartado de Auditoría Interna, esta función en muchos casos no existe.

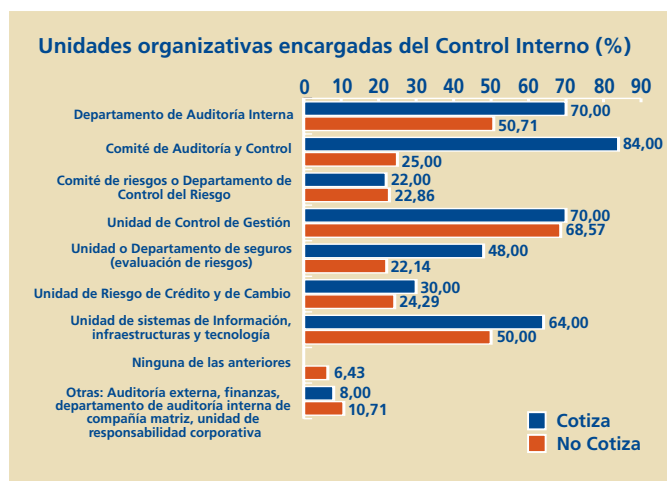


### Unidades Organizativas y Canales de Comunicación

El cumplimiento de una buena gestión, tanto de riesgos, como de Control interno, supone la asignación de funciones específicas a las diferentes unidades y recursos dentro de la estructura de la organización, siendo de gran importancia la interdependencia, en este sentido, entre unidades organizativas, ya sea mediante mecanismos formales o informales.

En el estudio realizado para el Control Interno, se muestra que las principales unidades dentro de la organización que realizan la función de gestión de riesgos y el control interno son el Comité de Auditoría y Control, así como el Departamento de Auditoría Interna y la Unidad de sistemas de Información, Infraestructuras y Tecnología.

El cuadro incluido a continuación presenta estos resultados de forma segmentada, en función de las respuestas dadas por una empresa cotizada o no cotizada, ya que determinadas unidades es el caso del Comité de Auditoría y Control o del Departamento de Auditoría Interna existen de forma mayoritaria en las empresas cotizadas y de forma minoritaria en las no cotizadas.



### Comunicación con la Alta dirección

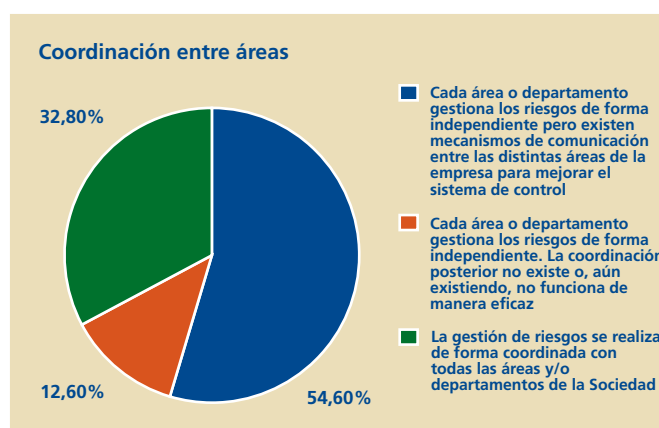
Un 68,60% de las empresas del panel afirma que dentro de su organización existe un canal de comunicación con la Dirección para que el personal pueda reportar el cumplimiento y/o realice propuestas de recomendaciones para la mejora de los controles. Sin embargo, en el 44,77% de los casos este canal de comunicación aunque existe no es eficaz ni está abierto a toda la organización.

### Canales de Comunicación interdepartamentales

Respecto a la coordinación de los distintos departamentos en la realización de acciones de control interno la situación es bastante optimista ya que en un 54,60% de los casos estas acciones se realizan de forma centralizada y coordinada.

Únicamente un 12,60% de los departamentos afirma que en general no existe coordinación y que cada área o departamento gestiona los riesgos de forma independiente y la coordinación posterior no existe o, aún existiendo, no funciona de manera eficaz.

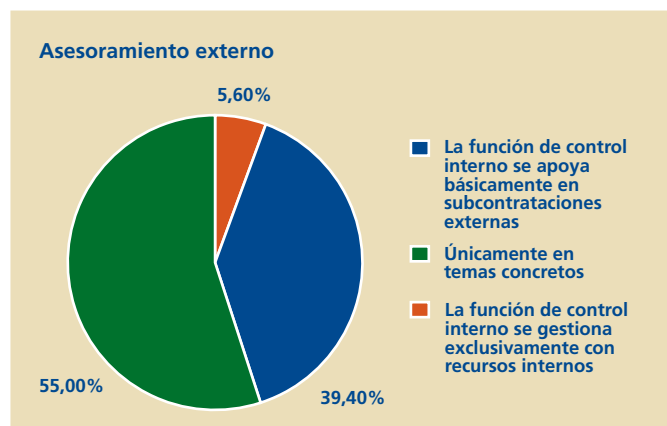
El resto de empresas realiza la gestión de forma independiente, aunque existen mecanismos de comunicación entre las distintas áreas de la empresa para mejorar el sistema de Control Interno que funcionan eficazmente.



**Comunicación y asesoramiento externo**

En general, prácticamente la totalidad de las empresas cotizadas poseen un canal directo de comunicación con el auditor externo independiente, bien a través del Consejo de Administración o bien a través de su Comité de Auditoría, sobre recomendaciones de Control Interno. Sin embargo, en el caso de empresas no cotizadas, un 49,6% de las mismas afirman que la comunicación de los auditores externos se limita a la alta dirección.

En relación con la colaboración de asesores externos en materia de control interno, la mayoría de las empresas gestiona esta función exclusivamente con recursos internos. Sin embargo, las empresas con una facturación superior a los 3.000 millones de euros recurren a la contratación de expertos externos para temas concretos.



**Conocimiento de obligaciones de las empresas afectadas por la ley Sarbanes-Oxley**

La Ley Sarbanes-Oxley (SOA) fue establecida en el año 2002 por el Congreso de los EEUU, como respuesta al gran número de escándalos financieros y contables relacionados con algunas de las más importantes y prominentes compañías en este país. Dichos escándalos repercutieron negativamente sobre la confianza depositada, por parte de los accionistas y el Estado, en los procesos contables y las prácticas de reporte financiero de las compañías públicas. Es de hacer notar que esta ley alcanza únicamente a aquellas compañías inscritas en el Security Exchange Comision (SEC) de EEUU, ya sean compañías nacionales estadounidenses como extranjeras.

Al tratarse de una ley que afecta solamente a empresas inscritas en la SEC y, en el caso español, tanto por estar directamente inscritas como "foreign registrants", como por tratarse de filiales en España de empresas estadounidenses inscritas, la mayoría de las empresas del panel no se encuentran afectadas por dicha Ley (un 83,10%)

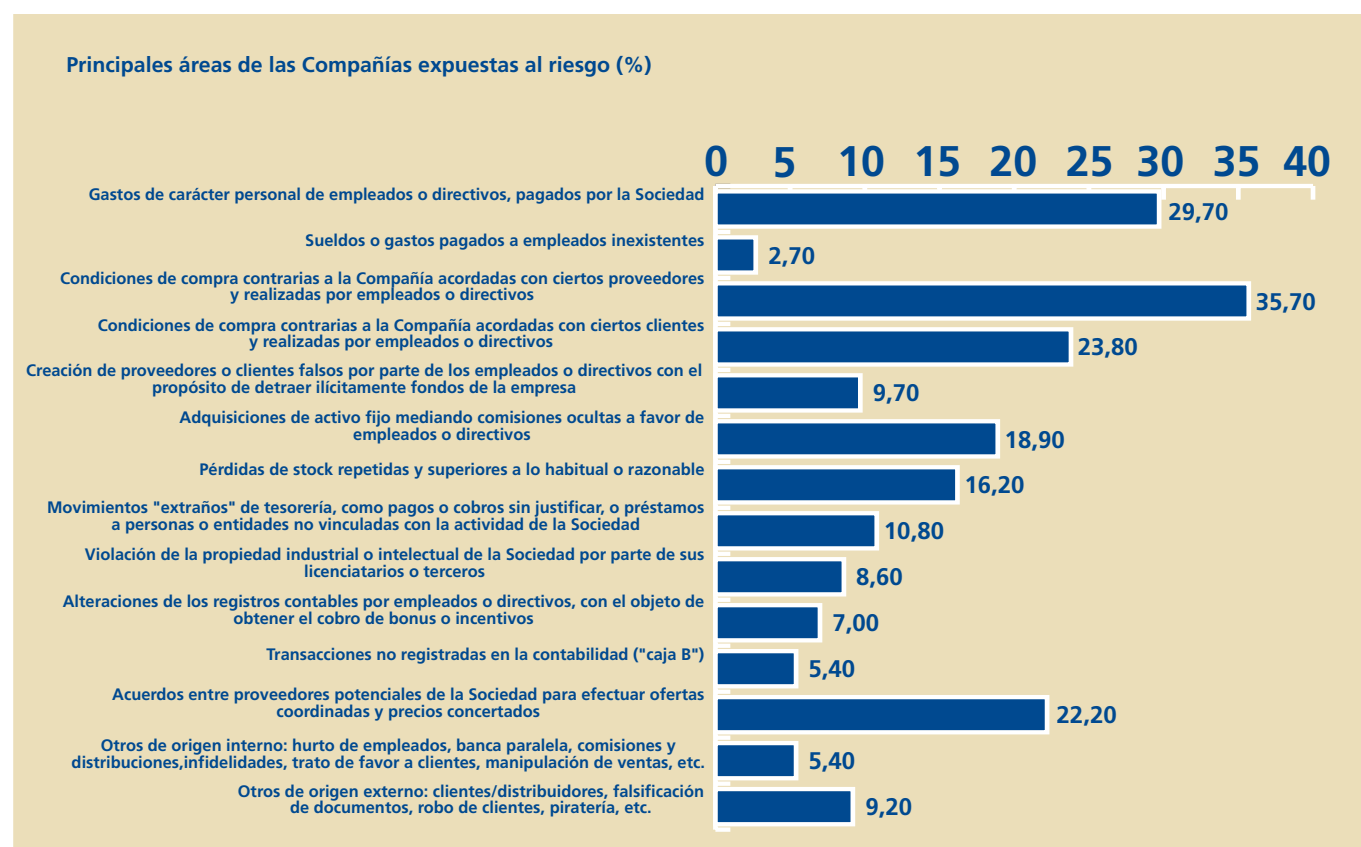
Sí es de destacar que las empresas del panel que se ven afectadas por dicha ley o están elaborando o desarrollando los procesos y procedimientos adecuados para cumplir con ésta normativa (en el caso de "foreign registrants") o considera que ha recibido información suficiente de su empresa matriz.

# Fraude

La totalidad de las empresas están expuestas a sufrir situaciones de fraude. Para su prevención es necesario disponer de adecuadas técnicas de gestión y control además de una formación continuada de los directivos y empleados.

Tradicionalmente, las empresas han actuado frente al fraude con medidas reactivas -una vez que éste aparecía- y sólo recientemente han comenzado a aplicarse medidas preventivas que, en la mayoría de los casos, pasan por el establecimiento de departamentos de auditoría interna y de controles internos, o por aumentar las competencias de los ya existentes.

A pesar de los controles implantados, son muchas las empresas que detectan casos de fraude, y muchas más son las que los sufren sin detectarlos.



### Percepción de las empresas del riesgo de Fraude

Según los datos de la encuesta, sólo el 38% de las empresas valoran como importante el riesgo de sufrir un fraude. Sin embargo, todas ellas identifican áreas de exposición al riesgo en su propia empresa. En este sentido, un 97,6% de las empresas manifiestan haber adoptado medidas de prevención.

Atendiendo al valor de las compañías, cabe destacar que son las empresas grandes, aquellas con una facturación superior a 3.000 millones de euros, las que mayoritariamente consideran importante el riesgo de fraude.

Respecto a la información de la que disponen las empresas en relación con el riesgo de fraude, un 74% la consideran suficiente, un 10% mucha, y sólo un 15% considera que tiene poca información al respecto.

### El riesgo de Fraude más importante es de origen interno

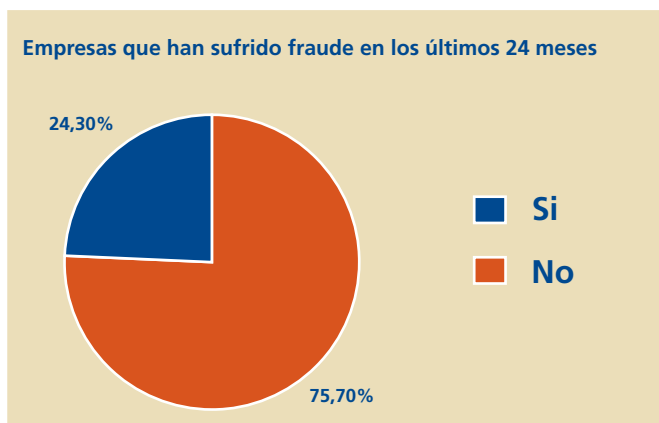
Preguntadas por las áreas con mayor riesgo potencial de sufrir un fraude, la mayoría de las empresas consultadas consideran que el origen de estos riesgos es principalmente interno, relacionándolos con posibles actividades ilícitas de sus propios directivos y empleados.

Esta percepción coincide con las opiniones de expertos en la materia, y con los resultados arrojados por este y otros estudios sobre este tema, que evalúan que el aproximadamente el 70% de los fraudes sufridos por las empresas es de origen interno.

En este sentido, las áreas de mayor exposición al fraude identificadas por las empresas, tal y como se aprecia en el gráfico, son la posibilidad de que empleados o directivos efectúen compras en condiciones contrarias a la política de la compañía en colusión con determinados proveedores (con un 36,36%), los gastos personales de directivos y empleados (29,70%) y el establecimiento de condiciones de venta contrarias a la política de la compañía acordados con ciertos clientes (23,03%)

### El impacto del fraude en las empresas

Al ser preguntadas por la incidencia real del fraude en la empresa, un 22,84% afirmó haber sufrido algún caso de fraude en los últimos 24 meses. La mitad de éstas han sufrido 3 o más casos de fraude en este periodo, fraudes que, en el 22,86% de los casos, han sido por un importe superior o igual al medio millón de euros.



De los fraudes detectados por las empresas en estos dos últimos años, el más común fueron las pérdidas de stock, que lo sufrieron un 27,03% de las empresas con casos de fraude, seguido por movimientos de tesorería sin justificar, con un 21,62% de las empresas, y por la que era el área con mayor riesgo potencial de sufrir fraude en opinión de las empresas, el establecimiento de condiciones de compra contrarias a la compañía acordados con ciertos proveedores y realizados por empleados o directivos, detectado por un 18,92% de las empresas.



Los principales medios por los que se detectó el fraude en las empresas fueron:

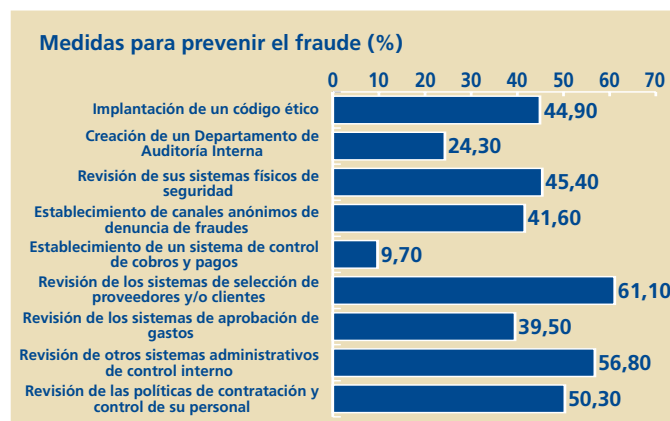
- El departamento de auditoría interna (45,95%)
- La dirección (27,03%)
- Los sistemas de control informáticos (18,92%)
- Otros empleados (35,14%)

Como consecuencia de la investigación posterior a la detección del fraude, en un 70,27% de los casos se produjo el despido del empleado/s involucrado/s, en un 40,54% de los casos se denunció ante la policía y en un 37,84% se llegó a impulsar una acción judicial.

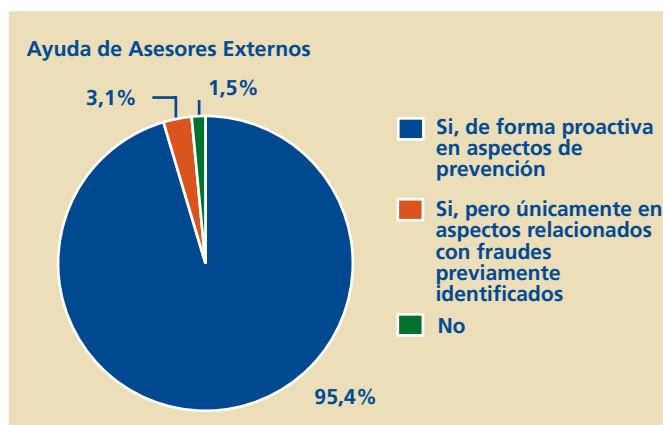
**Medidas de prevención del fraude en las empresas**

Las empresas han adoptado gran cantidad de medidas de prevención del fraude en los últimos meses, principalmente en el área de tesorería y en la revisión de los controles internos ya existentes.

Como podemos apreciar en el gráfico siguiente, la principal de estas medidas ha sido el establecimiento de un sistema de control de cobros y pagos, que fue adoptada por el 60,61% de las empresas, seguida por la revisión de los sistemas de aprobación de gastos (56,36%), la revisión de los sistemas de control interno (49,70%), la creación de un departamento de auditoría interna (44,85%), y la revisión de los sistemas físicos de seguridad (43,03%).



A pesar de la gran incidencia del fraude en las empresas, sólo un 18,62% de las empresas recurrió a la ayuda de asesores externos para la detección o investigación de fraudes, de las cuales un 33,33% lo hizo de manera preventiva.





# Responsabilidad Social Corporativa (RSC)

## La RSC no es una moda pasajera

Los aspectos relacionados con la Responsabilidad Social Corporativa de las empresas han adquirido en los últimos años un importante auge en las compañías españolas, existiendo un interés creciente y notorio de las compañías por mejorar su desempeño social y medioambiental y transmitir a la sociedad los logros alcanzados. En este sentido, las empresas españolas han comenzado a desarrollar estrategias y políticas en relación con la RSC y en algunos casos como el de la iniciativa Global Compact impulsado por Naciones Unidas, la involucración de las empresas españolas destaca dentro del ámbito europeo.

Las empresas consultadas han sido casi unánimes en recalcar la importancia de la RSC, ya que sólo el 2,2% de los consultados consideran que la RSC es una "moda pasajera" y más del 70% piensa que, con el tiempo, estos aspectos se integrarán en la cultura empresarial y serán algo obligatorio. Se reclama, sobre todo por parte de las sociedades cotizadas, que estos aspectos continúen siendo algo voluntario (24%), así como un mayor rigor y estandarización de la información publicada (22%).

A la hora de abordar los aspectos relacionados con la RSC tiene mayor peso el carácter de empresa cotizada o no cotizada, que el tamaño de la empresa en el sesgo de las respuestas. El tamaño de la empresa tan solo influye significativamente en la tipología de acciones de carácter social (mayor importancia de la esponsorización y mecenazgo en empresas de más de mil empleados) y en la certificación ambiental (mayor porcentaje de centros certificados en empresas de más de mil empleados). Por el contrario, el hecho de ser compañías cotizadas influye de forma significativa en la decisión de informar, de editar memorias específicas de RSC y en la priorización de las partes interesadas hacia las que se dirige la información de RSC.



**La RSC Aporta Valor**

Otra cuestión relevante es si realmente los aspectos relacionados con la RSC, muchos de los cuales pueden ser considerados "intangibles", aportan valor a las compañías.

Las empresas consultadas, tanto cotizadas como no cotizadas, manifiestan mayoritariamente (en más del 95% de los casos) que los aspectos sociales y ambientales aportan valor a las sociedades. En este sentido, más del 60% de los consultados declaran estar totalmente de acuerdo con esta afirmación.

La mayoría de los consultados piensa que el valor aportado es fundamentalmente de imagen (marca), aunque un alto porcentaje opina que también contribuyen a añadir valor a través de la motivación y satisfacción de los empleados y, en menor medida, a añadir mejoras en la gestión de la empresa. En el caso de las empresas cotizadas la satisfacción del accionista es un factor considerado como relevante en un porcentaje significativo de las respuestas (33%).

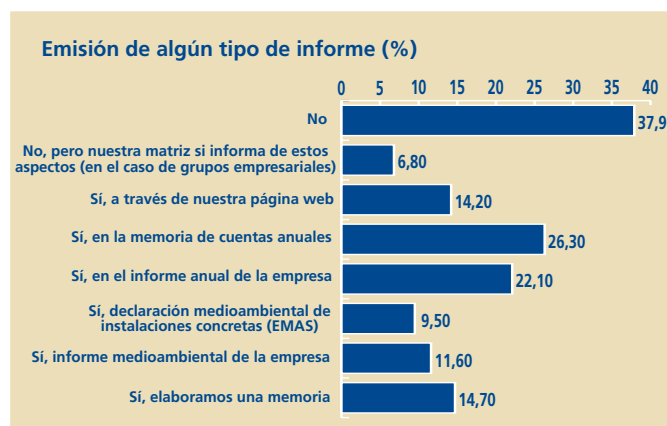
**La información es clave**

Uno de los temas en los que las empresas están poniendo un mayor énfasis es en la comunicación de sus actuaciones y logros en RSC. En los últimos años un significativo número de compañías han comenzado a informar sobre su comportamiento ambiental y social mediante memorias elaboradas al efecto o a través de los cauces habituales de comunicación.

En este sentido, más de 76% de las empresas consultadas cuentan con políticas o estrategias sociales y/o ambientales, aunque existen diferencias entre cotizadas (88% cuentan con algún tipo de política) y no cotizadas (se limita a un 72%).

El 67% de la empresas informan mediante memorias u otro tipo de información pública (web, declaraciones EMAS, etc.) de todos o algunos de dichos comportamientos. Este aspecto es uno de los que presenta mayor disparidad entre empresas cotizadas (un 84% informan) y no cotizadas (tan solo informan el 54%).

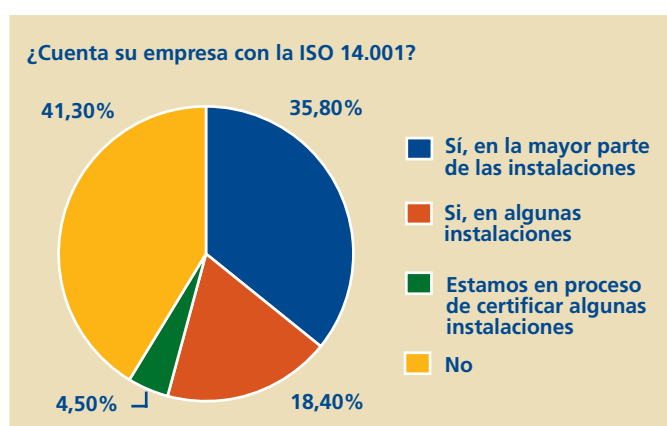
En cuanto al orden de prioridad a la hora de dirigirse a las partes interesadas, para las empresas no cotizadas éste es empleados, clientes y accionistas, mientras que para las cotizadas se invierte el orden entre accionistas y clientes. Otros colectivos como analistas financieros, potenciales inversores o comunidades locales ocupan puestos de menos relevancia en los objetivos de comunicación de las empresas.



### Gran avance en actuaciones en el campo medioambiental

Desde finales de los años 80 los aspectos medioambientales se han ido incorporando progresivamente a la gestión de las empresas. Actualmente son muchas las empresas españolas que cuentan con sistemas de gestión medioambiental certificados y que demuestran un desempeño ambiental en línea con las mejores prácticas a nivel internacional.

No obstante todavía queda camino por recorrer, tal y como lo demuestra el hecho de que el 41,30% de los consultados manifieste que no ha realizado ninguna actuación relacionada con certificación ambiental de alguna de sus instalaciones, aunque más del 35% afirme haberlo hecho en la mayoría de sus instalaciones de producción. En este aspecto hay una fuerte influencia sectorial, llegando a valores positivos próximos al 80% en sectores con alta incidencia ambiental (Energía e Industria) y quedando muy limitado (en torno al 20%) en el sector financiero o de servicios. Por el contrario, otros factores como el comportamiento social de los proveedores no atraen demasiado interés, ya que sólo es considerado por el 9% de los consultados, subiendo este porcentaje al 16% en las empresas cotizadas y reduciéndose al 5% en las no cotizadas.



### Evolución en las actuaciones de carácter social

Los temas sociales, excepto en el ámbito puramente laboral, muestran un menor desarrollo que los ambientales. Tradicionalmente la gestión de los aspectos sociales se ha basado en la donación y la sponsorización de eventos de carácter cultural, social o laboral, actuaciones que siguen siendo predominantes ya que el 68% de los consultados centran sus actividades sociales en dichas prácticas. No obstante, las políticas están evolucionando y, en los últimos años, las estrategias de Acción Social se dirigen a actuaciones ligadas a los productos y servicios de las empresas, a la colaboración con los empleados y a la atención a colectivos desfavorecidos mediante contratación de servicios, compras o incorporación a la plantilla de personas pertenecientes a dichos colectivos.



Así lo confirma el 43% de las empresas que han declarado haber establecido estas iniciativas en su organización.

### Memorias de RSC

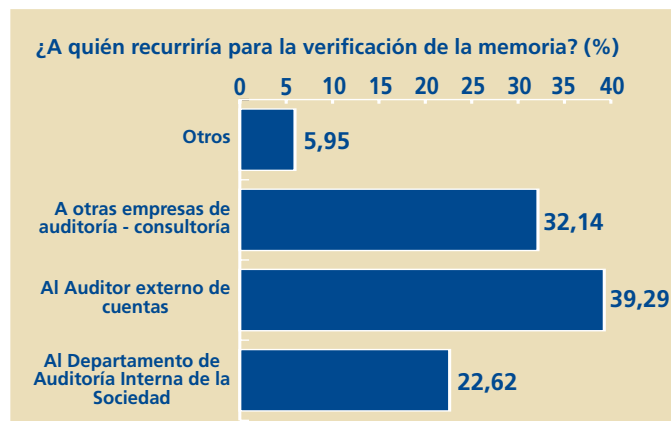
El principal elemento de comunicación hacia el exterior de las políticas y actuaciones relacionadas con RSC son las Memorias de Responsabilidad Social Corporativa o Memorias de Sostenibilidad. El número de empresas que realizan estas memorias es creciente de año en año y la calidad de las mismas mejora constantemente. En general, las memorias en España se están elaborando siguiendo las guías de Global Reporting Initiative (GRI) y suelen corresponder a empresas cotizadas.

Es destacable que sea en este aspecto donde exista una mayor disparidad entre cotizadas y no cotizadas. Así, las empresas cotizadas consultadas elaboran o incluyen contenidos relacionados con la Responsabilidad Social Corporativa en sus informes anuales de forma mayoritaria (80% de los consultados), mientras que las no cotizadas tan solo lo hacen en el 40% de las empresas consultadas. De igual manera, las memorias específicamente dirigidas a informar sobre RSC son una práctica llevada a cabo por el 11% del total de las empresas consultadas. En el caso de las empresas cotizadas este porcentaje asciende al 27%, mientras que en las no cotizadas es tan sólo del 5%.

### Verificación de la información

Tanto GRI, como otros estándares de reporting establecen la importancia de que la información proporcionada por las compañías sea verificada por una entidad independiente. Esta práctica relativamente común en el resto de países líderes en RSC en Europa ha sido hasta ahora poco utilizada en España.

En este sentido, un 35% de las empresas consideran que es importante para la credibilidad de la memoria que ésta sea verificada por un tercero independiente, habiendo elegido casi la mitad de ellos al auditor de cuentas para esta labor



# Anexo I:

## Datos del Panel

### Datos sobre el Sector de Actividad

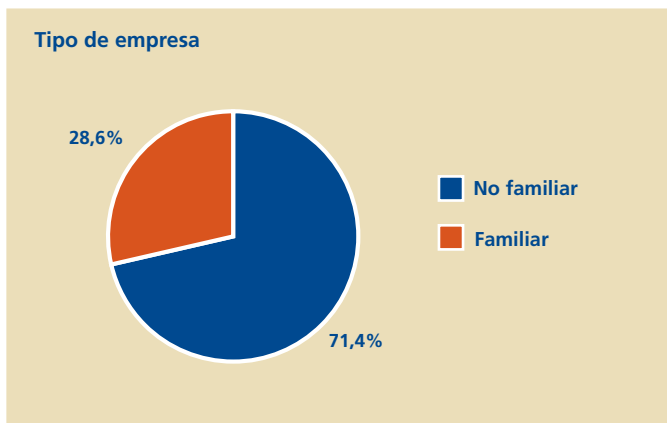
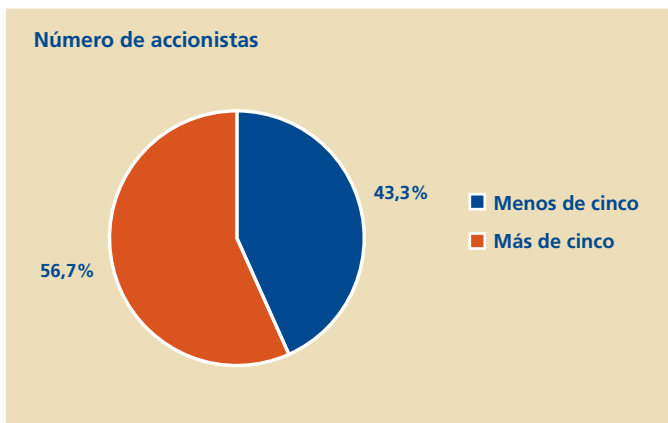
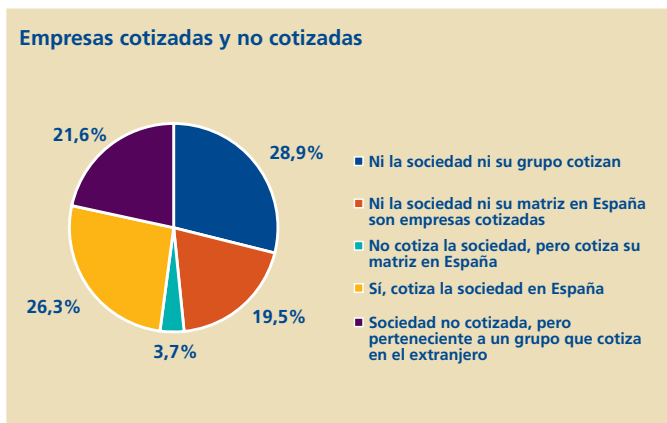
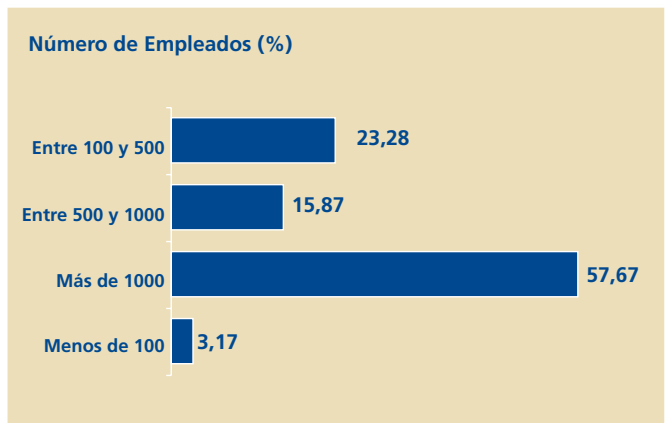
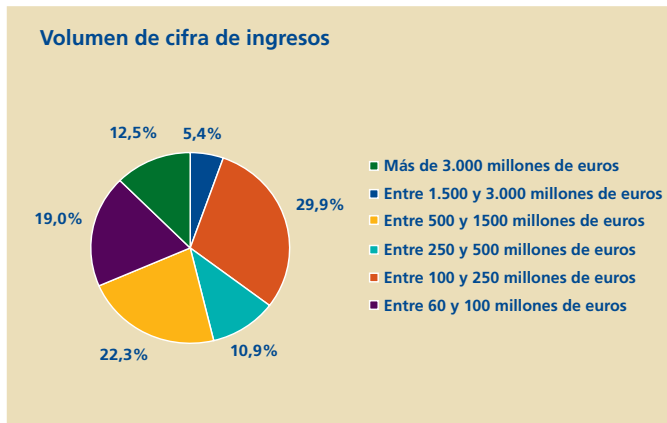
Respecto al **sector de actividad** principal de la empresa, el primer lugar lo ocupa el sector Industrial al que corresponde el 23,3% de las empresas del panel, seguido por Construcción-Inmobiliaria, Distribución, Industria Química (7,95% cada uno).

Los criterios de clasificación seguidos se exponen a continuación:

- **Construcción-Inmobiliaria:** Se han incluido dentro de esta clasificación aquellas empresas cuya actividad fundamental sea construcción, promoción, venta, etc. de bienes inmuebles.
- **Consumo:** Se han incluido dentro de esta clasificación aquellas empresas cuya actividad fundamental sea la producción, elaboración o fabricación de alimentos y bebidas.
- **Distribución:** Se han incluido dentro de esta clasificación aquellas sociedades vinculadas con las diferentes actividades que conforman el negocio del diseño, la fabricación y la distribución (textil, alimentación, electrodomésticos, etc.) y un operador postal privado.
- **Energía y utilities:** Se han incluido dentro de esta clasificación aquellas empresas integradas y relacionadas con el petróleo y la petroquímica, asimismo se han incorporado empresas dedicadas al gas y la electricidad.
- **Entidades financieras:** Se han incluido dentro de esta clasificación bancos, cajas de ahorro, cooperativas de crédito, entidades del mercado de capitales (básicamente sociedades y agencias de valores y gestoras) y compañías de seguros.
- **Hostelería y Ocio:** Se han incluido dentro de esta clasificación empresas como agencias de viaje, hoteles y clubes de fútbol.
- **Industrial:** Se han incluido dentro de esta clasificación empresas dedicadas a actividades tales como: manufactura productos ferreos, siderurgia, componentes de automoción y maquinaria agrícola, confección textil, productos para el descanso, fabricantes de papel, fabricación de herramientas manuales, materiales de fundición, chapas, material de construcción, tubos de acero, sistemas industriales de construcción, sistemas de climatización, fabricación de envases, piezas de carpintería, etc.
- **Medios de Comunicación y/o publicidad:** Se han incluido dentro de esta clasificación empresas dedicadas a la comunicación (televisión, prensa, radio, etc.) y/o a la publicidad
- **Químico-Farmacéutico:** Se han incluido dentro de esta clasificación empresas dedicadas a investigación y desarrollo, complejos petroquímicos, empresas químicas privadas, laboratorios farmacéuticos, etc.
- **Servicios:** Se han incluido dentro de esta clasificación empresas dedicadas fundamentalmente a: servicios de mercado, creación de empleo, seguridad, sanidad, transporte y servicios de outsourcing.
- **Tecnología y Telecomunicaciones:** Se han incluido dentro de esta clasificación empresas dedicadas a estrategia en infraestructuras y servicios de telecomunicaciones, operadores de soluciones de comunicación, operadores de distribución por satélite de cadenas de televisión y radio, difusión de contenidos de las plataformas de televisión, etc.



Clasificación de las empresas del panel



Número de empleados por Sectores de las empresas del panel

	Menos de 100	Entre 100 y 500	Entre 500 y 1000	Más de 1000
Construcción-Inmobiliaria	7%	53%	7%	33%
Consumo		27%	18%	55%
Distribución	7%	7%	13%	73%
Energía y utilities	8%	8%	23%	62%
Entidades financieras		11%	11%	78%
Hostelería y Ocio			22%	78%
Industrial		33%	7%	60%
Medios de Comunicación y/o publicidad		20%	30%	50%
Otras		23%	15%	62%
Químico - Farmacéutico	6%	38%	31%	25%
Servicios		15%	23%	62%
Telecomunicaciones	15%	15%	15%	54%

# Anexo II:

## Panel de empresas participantes

ABERTIS INFRAESTRUCTURAS  
AC HOTELES  
ACCIONA  
ACENS TECHNOLOGIES  
ACSA AGBAR CONSTRUCCIÓN  
ADESLAS  
ADOLFO DOMINGUEZ  
AENA  
AGBAR  
AGRIMARTÍN  
AGUAS DE VALENCIA  
ALDEASA  
ALMIRALL  
ALTADIS  
ALUMINIOS CORTIZO  
AMADEUS  
ANTENA 3  
ANTOLIN IRAUSA  
ARAMARK SERVICIOS DE CATERING  
ARBORA & AUSONIA  
AREAS  
ARTECHE  
ASOCIACIÓN NUCLEAR ASCÓ VANDELLÓS  
ATOS ODS ORIGIN  
AUNA  
AXA AURORA VIDA, S.A. DE SEGUROS Y REASEGUROS  
AZVI  
BAMESA  
BANCO DE VALENCIA  
BANCO PASTOR  
BANCO SABADELL  
BARNICES VALENTINE  
BASF  
BASF COATINGS  
BASSAT (WPP)  
BERNARDO ALFAGEME  
BODEGAS OSBORNE  
BOLSAS Y MERCADO ESPAÑOLES  
BROADNET CONSORCIO  
CAIXA D'ESTALVIS DE TERRASSA  
CAIXA DE CATALUNYA  
CAJA DE AHORROS DE LA INMACULADA DE ARAGON (CAI)  
CAJA DE AHORROS DE MURCIA  
CAJA DE AHORROS DEL MEDITERRANEO (CAM)  
CAJA DE AHORROS MUNICIPAL DE BURGOS  
CAJA DE AHORROS Y MONTE DE PIEDAD DE MADRID (CAJA MADRID)  
CAJA RURAL DE ASTURIAS, S.C.C.  
CAPRABO  
CARBUROS METÁLICOS  
CARSLAVIA  
CATALANA OCCIDENTE  
CELSA  
CEMENTOS PORTLAND  
CÉNTRICA  
CENTROS COMERCIALES CARREFOUR  
CEPSA  
CERESTAR IBÉRICA  
CIE AUTOMOTIVE  
CIRSA BUSINESS CORPORATION  
CLEOP  
CODORNIU  
COMERCIAL MARTÍ  
COMPO AGRICULTURA  
CONDIS  
CONSORCI ZONA FRANCA  
COOPERATIVA FARMACEUTICA ESPANOLA (COFARES)  
COPERFIL GROUP  
COPO DE INVERSIONES  
COREN  
CORPORACIÓN EMPRESARIAL ONCE  
CORPORACIÓN PATRICO ECHEVARRÍA  
CORSAN-CORVIAN  
CORTEFIEL  
DAMM  
DELPHI PACKARD ESPAÑA  
DERIVADOS  
DOMINIOM  
DORNA SPORTS  
DOW CHEMICAL IBERICA  
EDUARDO VIEIRA  
EMPRESARIAL ENCE  
ENAGÁS  
ENDESA  
ENRESA  
ERCROS INDUSTRIAL  
ESPAÑOLA DE ZINC  
EUROFRED  
FERRER  
FICOSA INTERNACIONAL  
FINAF92  
FOMENTO DE CONSTRUCCIONES Y CONTRATAS  
FUNDOSA GRUPO  
GALP ENERGÍA ESPAÑA  
GAMESA  
GAS NATURAL  
GATES VULCA  
GENERAL CABLE SISTEMAS  
GROUPE SEB IBERICA  
GRUPO LAR  
GRUPO SAFA  
HEFAME  
HIDROCANTÁBRICO  
HIJOS DE J. BARRERAS  
HIJOS DE RIVERA



HISPASAT  
HITACHI AIR CONDITIONING  
HOSPITAL PROVISA  
HOTETUR  
HOVISA  
HULLERAS DEL NORTE  
IBERDROLA  
IBERIA LINEAS AEREAS DE ESPANA SA  
ICELANDIC  
INDO  
INDRUSTRIAL CATENSA  
INDUSTRIA DE DISEÑO TEXTIL (INDITEX)  
INDUSTRIAS DEL UBIERNA  
INDUSTRIAS RELAX  
INFUN  
INMOBILIARIA COLONIAL  
INMOBILIARIA URBIS  
JAZZTEL  
JUMBO TOURS  
JVC ESPAÑA  
LA BELLA EASO  
LA VOZ DE GALICIA  
LACASA  
LEMENTOS LEMONA  
LOGISTA  
LUIS CALVO SANZ  
MERRILL LYNCH CAPITAL MARKETS ESPAÑA, S.A., SOCIEDAD DE VALORES Y BOLSA  
MG ROVER  
MIGUEL TORRES  
MIQUEL Y COSTAS & MIQUEL  
MOLINS  
MONTE DE PIEDAD Y CAJA DE AHORROS DE HUELVA Y SEVILLA (EL MONTE)  
MONTEFIBRE HISPANIA  
MORGAN STANLEY, SOCIEDAD DE VALORES  
NATRA  
NATRACEUTICAL  
NEO SKY  
NH HOTELES  
NUÑEZ Y NAVARRO  
OCCIDENTAL HOTELES  
ONO  
PANINI  
PANRICO  
PASCUAL  
PESCAPUERTA  
PIKOLIN  
POMAR  
PORT DE BARCELONA  
PRISA  
PROSEGUR COMPANIA DE SEGURIDAD  
PYRENÉES  
REAL MADRID CLUB DE FUTBOL  
RECOLETOS  
REPSOL  
ROXA  
RTVE  
RURAL CAJA  
SACYR VALLEHERMOSO  
SAICA  
SALVAT EDITORES  
SARA LEE  
SEAT  
SEGUR IBERICA  
SERVICE POINT  
SERVIHABITAT XXI  
SODIGEI (LLADRÓ)  
SOLVAY  
SORIGUÉ  
SURFACE SPECIALTIES IBÉRICA  
TABLEROS DE FIBRAS  
TAYLOR WOODROW DE ESPAÑA  
TCB  
TELEFÓNICA  
TELEFÓNICA DE ESPAÑA  
TELEFONICA MOVILES  
TELEVES  
TERRA  
TEXACO PETROLIFERA  
TRACTEBEL  
TRADEBE  
TRANSPORTES FERROVIARIOS ESPECIALES  
TRASMEDITERRANEA  
T-SYSTEMS  
TUBACEX  
TUBOS REUNIDOS  
TYCO HEALTHCARE SPAIN  
UCB PHARMA  
ULMA  
UNIDAD EDITORIAL (EL MUNDO)  
UNION ESPANOLA DE EXPLOSIVOS  
UNIÓN FENOSA  
UNIPOST  
VEGONSA AGRUPACIÓN ALIMENTARIA, S.A. (VEGALSA)  
VIDRALA  
VILLAR MIR  
VIVIENDAS JARDÍN  
VOCENTO  
VODAFONE ESPAÑA  
WANADOO (UNI 2)  
WYETH FARMA  
ZAMBON

# Contactos

**El equipo especializado en Gobierno Corporativo y Control Interno de Deloitte está ayudando a empresas líderes a la revisión de sus modelos de Control Interno para potenciar la transparencia de la información empresarial transmitida a los mercados y mejorar la eficiencia y eficacia de sus procesos.**

**Eduardo Sanz, es el socio responsable de las industrias de Energía, Telecomunicaciones y Medios de Comunicación en España, y es la persona que lidera el equipo de asesoramiento en Gobierno Corporativo y Control Interno**

Si desea obtener información más detallada acerca de alguna de las materias incluidas en esta publicación, por favor, contacte con:

<b>Eduardo Sanz</b>	Socio	+34 915 145 000	esanz@deloitte.es
<b>Juan Antonio Bordas</b>	Socio	+34 932 804 040	jbordas@deloitte.es
<b>Nuria Avalos</b>	Gerente	+34 915 145 000	navalos@deloitte.es



Si desea más información, visite <http://www.deloitte.es>.

© Deloitte 2004. Todos los derechos reservados

Reservados todos los derechos. El contenido de esta publicación no puede ser total ni parcialmente reproducido, transmitido ni registrado por ningún sistema de recuperación de información, de ninguna forma ni a través de ningún medio o soporte, sin el previo consentimiento por escrito de los titulares del copyright.

Deloitte no se hace responsable del uso que de esta información puedan hacer terceras personas. Nadie puede hacer uso de este material salvo autorización expresa por parte de Deloitte.

Diseñado y producido por **CIBS**  
Dpto. Comunicación, Imagen Corporativa y Business Support

Member of  
**Deloitte Touche Tohmatsu**