

BENDITO DOW JONES SUSTAINABILITY

ARTÍCULO

knowsquare

Privado y Confidencial

Prohibida su Distribución sin Autorización Expresa del Autor

El “Responsible” *Dow Jones Sustainability Index* (DJSI) cumplió el pasado mes de septiembre diez años. Diez años que le han convertido en el índice bursátil de referencia mundial para medir el estado de la inversión socialmente responsable. Una década que, además, ha visto como la Responsabilidad Corporativa o Responsabilidad Social Empresarial, el Compromiso Medioambiental o la Sostenibilidad cobraban, día a día, mayor importancia. A pesar de todos sus “peros”, que los tiene, DJSI ha conseguido llevar la Responsabilidad Social Corporativa a los centros de decisión económicos internacionales y eso ya es un triunfo.

¿Qué es el *Dow Jones Sustainability Index*? Es una familia de índices creados por la prestigiosa firma norteamericana, en colaboración con la agencia de *rating* SAM (*Sustainable Asset Management*), cuyo objetivo principal es la identificación de las empresa multinacionales más activas en la llamada “triple cuenta de resultados”: Económico, Medioambiente y Social.

El DJSI se compone de los índices *Dow Jones Sustainability World Index* (DJSI *World*), el índice europeo *Dow Jones STOXX Sustainability Index* (DJSI *STOXX*), el *Dow Jones Sustainability North America Index* (DJSI *North America*), el *Dow Jones Sustainability Asia y el Pacífico* (DJSI *Asia y el Pacífico*) y el *Dow Jones Sustainability Japón* (DJSI *Japón*), así como subconjuntos en cada índice.

Para formar parte de este “Club” tan especial hay que pasar un riguroso filtro. Anualmente, las 2.500 mayores compañías integrantes del *Dow Jones Global Total Stock Market Index* son invitadas a participar en un proceso de evaluación. Adaptado sectorialmente, la agencia SAM hace llegar a los responsables de estas empresas un completo cuestionario que se interesa por varios aspectos de su gestión, agrupándolos en 3 campos:

1. Económico. Códigos de conducta, gobierno corporativo, gestión de riesgo y crisis, y criterios específicos del sector.
2. Ambiental. Memoria ambiental y criterios específicos del sector.
3. Social. Acción con la comunidad/filantropía, indicadores laborales, desarrollo del capital humano, memorial social, atracción y retención del talento y criterios específicos del sector.

Pero no sólo se analiza el contenido de la información, también la disponibilidad de la misma y la transparencia, así como otros datos disponibles públicamente.

Solamente el 10% de las empresas con mejor calificación, aquellas más sostenibles a juicio de los evaluadores, son finalmente seleccionadas para el *Dow Jones Sustainability Index World*. Es decir que no sólo lo tienes que hacer bien sino mejor que tus competidores.

Y es que, desde su lanzamiento en 1999, este índice de la bolsa neoyorquina ha abanderado lo que se ha venido a llamar la Inversión Socialmente Responsable (ISR), ofreciendo confianza a los inversores y por tanto generando interés entre las mayores compañías del mundo como Adidas, BMW, Nokia, Panasonic, Pearson, Roche, Sodexo, TNT, Total, Unilever. De ahí que sea el índice de responsabilidad corporativa con mayor capital invertido referencial, cerca de 6.000 millones de dólares, algo más de 4.100 millones de euros. Sin duda el lanzamiento del DJSI forzó el interés de las empresas por otra forma de gestionarse y facilitó el diálogo con sus *stakeholders*.

Prueba de ello, es que en esta década “prodigiosa” se han sucedido nuevas iniciativas para la promoción de la responsabilidad social y medioambiental entre las compañías internacionales. Así a los 2 años de la aparición del DJSI, la Bolsa de Londres presentó el FTSE4Good, para muchos más completo que el índice americano al que critican falta de profundidad en los criterios, ausencia de la defensa de derechos fundamentales y poca cooperación con otro tipo de organizaciones sociales.

El FTSE4Good incorpora a empresas cotizadas de todo el mundo que cumplan con los requisitos preestablecidos por este índice bursátil: prácticas de RSC (responsabilidad social corporativa) en medio ambiente, relaciones con los accionistas y derechos humanos, basados en los principios de inversión responsable. Se revisa dos veces al año (en marzo y septiembre) para aceptar nuevas empresas y excluir las que formen parte del índice y ya no cumplan con los requisitos de demandados. Fue creado con la colaboración de UNICEF y emplea información que provee EIRIS, el *Ethical Investment Research Service* (servicio de investigación de inversión ética).

En FTSE4Good toman en cuenta de forma positiva tres estándares básicos para convertirse en miembro constitutivo: trabajar por la sostenibilidad medioambiental, desarrollar relaciones positivas con los *stakeholders* (todos los que se ven afectados de alguna manera por la empresa: clientes, empleados, proveedores...) y defender y apoyar los derechos humanos universales. Son líneas generales que se derivan de códigos de conducta mundialmente reconocidos, tales como el programa *GlobalCompact* de la ONU y la Declaración Universal de Derechos Humanos.

Caso español

La participación española en el DJSI es más que importante, las compañías españolas han obtenido, de nuevo, excelentes resultados en la última valoración realizada. Esto es especialmente meritorio teniendo en cuenta que ha aumentado notablemente el número de compañías expulsadas del índice. Ninguna compañía española ha sido expulsada.

Estos magníficos resultados se vienen repitiendo los dos últimos años. Un total de 19 de las 36 empresas españolas que son susceptibles de ser elegidas, repiten este año en el índice de Sostenibilidad de *Dow Jones*, una menos que el año pasado, tras la fusión de Unión Fenosa con Gas Natural. La presencia española en el DJSI la componen: Abertis, Acciona, ACS, Banco Bilbao Vizcaya Argentaria, Banco Santander, Critería CaixaCorp, Enagás, Endesa, FCC, Gamesa, Gas Natural, Grupo Ferrovial, Iberdrola, Iberia, Inditex, Indra, Red Eléctrica, Repsol y Telefónica, esta última además lidera este índice en el sector de las telecomunicaciones

Sin embargo este dato contrasta con “la otra realidad empresarial española”, la del día a día, y que desgraciadamente se ejemplifica en numerosos estudios y análisis. El “Informe Entorno 2009”, presentado por la Fundación “Entorno-BSCD España” afirma que el 95% de las empresas españolas no puede definirse como “comprometida” en materia de sostenibilidad, “de cada 100.000 compañías, sólo 5.000 pueden calificarse de “comprometidas y activas” en este sentido.

Otro análisis, es este caso de Economistas sin fronteras, concluye con un demoledor dato: el 36,8% de los inversores particulares no conocen la ISR y, a pesar de que un 93% de las gestoras saben de su existencia, no la utilizan para construir sus carteras.

Por último, un informe más antiguo, del año 2005, publicado por el instituto de investigación italiano *Avanzì SRI y SiRi Company*, “Fondos verdes, sociales y éticos en Europa”, recogía que del total los fondos de inversión europeos, gestionados con criterios éticos y sostenibles, sólo un 0,3 % se negociaban en España.

Sea como fuere, el DJSI ha movido la RSC a cotas antes impensables hasta ese momento y su éxito creo que se ha basado en tres elementos fundamentales:

- Demanda. En los mercados anglosajones existía una demanda para invertir con criterios más allá de los exclusivamente económicos y cortoplacistas y que ya habían tenido sus antecesores en Fondos de Inversión que boicoteaban las empresas armamentísticas, con motivo de la Guerra del Vietnam, o contra la política del “Apartheid” del gobierno sudafricano en los años 80.
- Seriedad y Notoriedad de la institución impulsora. Está claro que el que sea el índice más conocido en el mundo económico, como es el *Dow Jones*, dota a la iniciativa de una credibilidad total. A eso se añade que los criterios establecidos y la forma de evaluación, aparte de si es o no insuficiente, es clara y objetiva.
- Beneficios. Las empresas que cotizan en estos índices tienen dos beneficios directos:
 - Económico. Acceden a unos inversores que ya mueven cantidades importantes de dinero.
 - Imagen y Reputación. Ofrece un argumento estupendo para comunicar las bondades de su política de RSC, bondades que certifica una entidad internacional externa y que constituye una promoción externa inmejorable.

Puede ser cierto, es más, lo es, que para muchas empresas el realizar acciones de RSC ha tenido como primer objetivo ser incluidas en este índice, es decir empezar la casa por el tejado. Algún mal pensado puede decir que el hecho de que determinadas empresas estén en el DJSI es un interés muy poco social y tiene más que ver con beneficios directos y con el mal, tan español, de las apariencias.

De hecho un estudio elaborado por el IESE y la Consultora KPMG en 2006 sobre la Prácticas del Buen Gobierno, revelaba que la RSE no está entre las principales preocupaciones de las empresas españolas y que los consejos de administración le dedican como mucho el cinco por ciento de su tiempo.

Pero esto no tiene que desmotivarnos sino saber que queda mucho por hacer, crear demanda entre el ciudadano y demostrar las bondades de la sostenibilidad y responsabilidad en la empresa. Si el DJSI consigue movilizarlas, gritemos “BENDITO SEAS DJSI”. Si existen directivos que ven en la RSC un camino para abrir nuevas puertas a la inversión y a la mayor notoriedad de su compañía, dejemos que su primer interés sea poco social porque al menos será un compromiso con su empresa.

A la larga, puede parecer una ingenuidad, pero lo creo firmemente, estas empresas “responsables de galería” se convertirán en responsables convencidas porque serán testigos de todas las ventajas que esas acciones puede reportarle tanto interna como externamente.

Hay un ejemplo un poco simple pero ilustrativo, ¿Cuántas empresas y personas físicas compran tarjetas de navidad que no están asociadas a una ONG’s? Muy pocas. La posibilidad de poder

comprar un bien, necesario en esa época del año, y además contribuir a una causa caló poco a poco en la sociedad y ahora mismo es algo normal. Las empresas productoras de *Christmas* que antes apostaron por esta posibilidad tuvieron un beneficio claro.

¿Por qué no promover un Ibex 35 Sostenible? ¿Por qué la administración no premia a aquellas empresas con comportamientos más éticos? La RSE es voluntaria, y así debe ser, no debe ser sustituto de buena gestión, productos de calidad, rentabilidad económica, profesionalidad, etc. Pero debería tener reconocimiento público, como el que ha logrado el *Dow Jones Sustainability Index*.

© Fernando Morón Limón

Aldeas Infantiles