

FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y
EMPRESARIALES

“LA RESPONSABILIDAD SOCIAL
CORPORATIVA: SU APLICACIÓN A LA
EMPRESA ACCIONA.”

Autor: Marcos Fariza Fincias

Directora: Sandra Cuadrado Nicoli

Madrid

2019



LA RESPONSABILIDAD SOCIAL CORPORATIVA: SU APLICACIÓN A LA EMPRESA ACCIONA.

ÍNDICE

ÍNDICE DE GRÁFICOS Y DE TABLAS

RESUMEN

.INTRODUCCIÓN	1
OBJETIVOS	2
METODOLOGÍA	2
MARCOS TEÓRICO	
1 DEFINICION DEL CONCEPTO DE RSC.....	3
2 DIFERENCIAS CON OTROS CONCEPTOS	5
3. LA RSC EN EL ÁMBITO EUROPEO.....	7
4. SITUACIÓN DE LA RSC EN ESPAÑA	9
5. LAS POLÍTICAS PÚBLICAS EN TORNO A LA RSC	11
6. RANKING DE LAS EMPRESAS ESPAÑOLAS MÁS RESPONSABLES	14
6.1 INDITEX.....	15
6.2 MERCADONA	16
6.3 SANTANDER.....	17
6.4 REPSOL.....	18
6.5 TELEFÓNICA	19
6.6 GRUPO SOCIAL ONCE	20
6.7 MAPFRE.....	21
7. ¿TIENE VENTAJAS SER UNA EMPRESA RESPONSABLE?.....	22
8. LA RSC EN ACCIONA	24
8.1. ACTIVIDAD Y LÍNEAS DE NEGOCIO.....	25
8.2. GRUPOS DE INTERÉS	25
8.3. CONTRIBUCION DE ACCIONA A LOS OBJETIVOS DE DESARROLLO SOSTENIBLE.....	26
8.4. PLAN DIRECTOR DE SOSTENIBILIDAD.....	28
9. EL FUTURO DE LA RSC.....	31
MARCO EMPÍRICO	
ENCUESTA SOBRE RSC A IUDADANOS.....	32
ENCUESTA SOBRE RSC A EMPLEADOS DE ACCIONA.....	40
10. CONCLUSIONES	48
BIBLIOGRAFÍA	
ANEXO I: ENTREVISTA A GERENTE SOSTENIBILIDAD ACCIONA	
ANEXO II: CUESTIONARIO SOBRE EL GRADO DE CONOCIMIENTO DE LA RSC	
ANEXO III:CUESTIONARIO SOBRE LA RSC EN ACCIONA	

ÍNDICE DE TABLAS Y GRÁFICOS

Tablas:

Tabla 1: Diferencias entre Acción Social y RSC..... 7

Tabla 2: Las diez empresas con mejor reputación corporativa en 2018..... 14

Gráficos:

Gráfico 1: Contribución de los negocios a los ODS clave para la compañía... ..27

Gráfico 2: Sexo de los encuestados en porcentajes..... 33

Gráfico 3: Sectores de edad en porcentajes..... 34

Gráfico 4: Nivel de estudios en porcentajes.....34

Gráfico 5: Porcentajes sobre el término RSC..... 35

Gráfico 6: Opinión sobre el significado de RSC..... 35

Gráfico 7: Aspectos con los que se relaciona la RSC..... 36

Gráfico 8: Porcentajes relativos al ámbito..... 36

Gráfico 9: Quién debe aplicar la RSC..... 37

Gráfico 10: Influencia de la RSC en el consumo..... 37

Gráfico 11: Porcentajes de los factores que influyen en la compra..... 38

Gráfico 12: Sexo de los encuestados de Acciona..... 41

Gráfico 13: Nivel de responsabilidad de Acciona..... 41

Gráfico 14: Conocimiento de medidas de RSC..... 42

Gráfico 15: Satisfacción con las medidas de RSC.....43

Gráfico 16: Ocupación puestos de responsabilidad..... 43

Gráfico 17: Formación en prevención y salud..... 44

Gráfico 18: Participación en voluntariado..... 44

Gráfico 19: Posibilidades de promoción y ascenso..... 45

Gráfico 20: Canales de información RSC.....45

Gráfico 21: Contribución a proyectos sociales.....46

RESUMEN

Empresas responsables, responsabilidad social corporativa, sostenibilidad, son términos que van adquiriendo cada vez más protagonismo y requiriendo la atención de las empresas, las instituciones públicas y la sociedad.

Las empresas no viven aisladas, ejercen su actividad con la finalidad de generar ganancias, pero al ejercerla influyen en el entorno en el que operan y como consecuencia pueden ser responsables si contribuyen a lograr una sociedad mejor para todos y un mundo más sostenible o por el contrario no serlo y no incluir en su estrategia medidas de responsabilidad social corporativa.

El presente trabajo se ha enfocado a diversos aspectos de la responsabilidad social corporativa y a como la aplica la empresa Acciona.

Palabras clave: empresas responsables, responsabilidad social corporativa, sociedad, medio ambiente.

ABSTRACT

Responsible companies, corporate social responsibility, sustainability, are terms that are acquiring more and more prominence and requiring the attention of companies, public institutions and society.

Companies do not live in isolation, they work to generate profits, but by exercising they influence the environment in which they operate and as a consequence they can be responsible if they contribute to achieving a better society for all and a more sustainable world or On the other hand, it is not so and does not include measures of corporate social responsibility in its strategy.

The present work has focused on various aspects of corporate social responsibility and how it is applied by Acciona.

Key words: responsible companies, corporate social responsibility, society, environment.

- INTRODUCCIÓN

Aunque siempre ha habido conductas tanto por parte de organizaciones como de personas, calificadas como poco éticas o irresponsables, de un tiempo a esta parte los medios de comunicación están difundiendo con mucha asiduidad noticias en las que aparecen términos tales como corrupción, fraude, explotación, abuso de poder, falsedad de cuentas, que están generando alarma social entre la población.

La sociedad ha evolucionado mucho sobre todo a raíz de la grave crisis económica y financiera del año 2007, los ciudadanos están cada vez más concienciados y preocupados por la degradación del medio ambiente y el cambio climático, la corrupción (después del desempleo es la segunda preocupación para los españoles) y la falta de transparencia, por la lucha contra la desigualdad, y requieren de las empresas que en el ejercicio de su actividad no solo busquen la obtención de un beneficio económico, si no, que se preocupen también por adoptar medidas que contribuyan a mejorar la sociedad, para lograr un mundo más justo e igualitario y son cada vez más conscientes del poder que tienen las grandes empresas y del importante papel que pueden desempeñar con la adopción de políticas de responsabilidad social corporativa.

El objetivo de las empresas es la generación de beneficios económicos, pero con el desempeño de su actividad producen impactos en el entorno en el que la desarrollan, provocando consecuencias en los ámbitos económicos, sociales y ambientales, y esas consecuencias pueden ser positivas o negativas, dependiendo del nivel de responsabilidad o irresponsabilidad que adopten en su línea de negocio.

Este Trabajo Fin de Grado tiene como objetivo el estudio del concepto de responsabilidad social corporativa Para ello se diferenciará de otros conceptos que frecuentemente se asemejan o se asimilan al de responsabilidad social corporativa pero que no lo son.

Una vez definidos y establecida dicha diferenciación se analizarán diversos aspectos, como la regulación de la RSC en Europa, su situación en España, las políticas públicas en relación a la RSC, cuáles son las empresas españolas más responsables, a qué sectores de actividad pertenecen y qué ventajas obtienen aplicando medidas responsables.

Para finalizar se analizará el caso de la empresa Acciona al ser un grupo líder en proyectos dedicados a la energía e infraestructuras en todo el mundo. Se centra sobre todo en

proyectos de energía renovable y dentro del área de infraestructuras, las líneas de negocio son: el agua, construcción, concesiones, industrial y servicios. La justificación de la elección del estudio de la RSC en Acciona es el haber realizado las prácticas curriculares en dicha empresa.

OBJETIVOS

- El objetivo del presente trabajo está enfocado al estudio de la Responsabilidad Social Corporativa como herramienta de contribución de las empresas a una sociedad mejor. El incremento en la adopción de políticas de responsabilidad social corporativa por parte de las empresas al generar valor para las mismas, hacerlas más competitivas, así como el interés creciente de la sociedad, que cada vez es más exigente, justifica el objeto de este trabajo.

- Los objetivos más específicos son:
 - * Definir la Responsabilidad Social Corporativa según la noción más aceptada hoy en día y diferenciarla de otros conceptos.
 - * La situación de la RSC en Europa y España
 - * Conocer las políticas públicas en torno a la RSC
 - * Enumerar cuáles son las empresas españolas más responsables y realizar una síntesis de su política de RSC.
 - * Analizar como gestiona la RSC la empresa Acciona
 - * Conocer que beneficios obtienen las empresas responsables
 - * Qué se espera en el futuro de la RSC

METODOLOGÍA

A la hora de conseguir los objetivos perseguidos se utilizará una metodología descriptiva basada en fuentes de información secundarias.

En la primera parte del estudio enfocado al objetivo general se hará una revisión bibliográfica de la RSC basada en artículos, manuales, informes, páginas web, etc. El capítulo final de Bibliografía del presente trabajo recoge las principales referencias bibliográficas consultadas para realizar el análisis del marco conceptual de la RSC. Además, se realizará una encuesta para conocer que nociones tiene la población sobre la RSC.

En la segunda parte dirigida al objetivo concreto del análisis de la RSC de Acciona también se realizará un análisis descriptivo para lo que se investigará y se extraerá la información necesaria de la web corporativa de Acciona, así como de las diversas memorias de sostenibilidad e informes integrados que confecciona anualmente. Además, se realizará una entrevista a un responsable de sostenibilidad de Acciona para que dé respuesta a una serie de interrogantes sobre la RSC y una encuesta a empleados de Acciona para conocer su opinión acerca de la política de RSC en su empresa.

MARCO TEÓRICO

1.- DEFINICIÓN DEL CONCEPTO DE RSC

Las personas aprendemos a una temprana edad que los actos que realizamos o las decisiones que tomamos a lo largo de nuestra vida tienen una serie de consecuencias que pueden ser tanto positivas como negativas en función de nuestra manera de actuar y que respondemos por ellas. Ese mismo tipo de responsabilidad lo tienen también las empresas y organizaciones por las decisiones que toman sus directivos o gerentes y por las consecuencias que el ejercicio de su actividad conlleva.

“Las empresas no pueden ser entendidas sólo como un patrimonio rentable formado por las aportaciones de una serie de personas físicas o jurídicas” (Camacho I. F., 2013), si no que desempeñan un papel muy importante a la hora de que la sociedad se desarrolle adecuadamente porque son generadoras de empleo y riqueza. La responsabilidad que ostentan las empresas se ha denominado Responsabilidad Social Empresarial o Responsabilidad Social Corporativa, pero ¿Cómo se define este concepto?

Dar una única definición del concepto de Responsabilidad Social Corporativa o Responsabilidad Social Empresarial resulta imposible porque las diferentes idiosincrasias de los países hacen que cada uno tenga una visión diferente, por lo que se pueden

encontrar numerosas definiciones de este concepto dinámico y en constante evolución. Al haber numerosas definiciones en este epígrafe se hará referencia a las más populares o utilizadas en nuestro país.

Una de las más conocidas es la de la Comisión de las Comunidades Europeas en el documento conocido como Libro Verde: "*La RSC es la integración voluntaria, por parte de las empresas, de las preocupaciones sociales y medioambientales en sus operaciones comerciales y en sus relaciones con sus interlocutores*". (Europeas, 2001, pág. 7)

En España se utiliza mucho la propuesta por El Foro de Expertos en RSE, constituido en 2005 por iniciativa del Ministerio de Trabajo y Asuntos Sociales:

"La Responsabilidad Social de la Empresa es, además del cumplimiento estricto de las obligaciones legales vigentes, la integración voluntaria en su gobierno y gestión, en su estrategia, políticas y procedimientos, de las preocupaciones sociales, laborales, medio ambientales y de respeto a los derechos humanos que surgen de la relación y el diálogo transparentes con sus grupos de interés, responsabilizándose así de las consecuencias y los impactos que se derivan de sus acciones". (RSE, Foro de Expertos en, 2005, pág. 7)

De las definiciones mencionadas y de otras muchas que aquí no se reproducen para no incurrir en reiteración pueden extraerse unas características comunes: Una de ellas es el carácter voluntario en su aplicación. La RSC no es cumplir con las obligaciones jurídicas que eso si se puede exigir, sin embargo, no se puede obligar a las empresas a que adopten políticas de responsabilidad social corporativa en su gestión, cada empresa decide qué modelo o tipo de empresa quiere ser, si quiere ser una empresa comprometida y dialogar con sus grupos de interés o por el contrario no hacerlo. Lo que sí se puede y debe hacer es una labor de fomento e incentivo para que las empresas incorporen la RSC a su estrategia empresarial. Otra de las características comunes en todas las definiciones, es el ámbito sobre el que versa la RSC, esto es, el económico (generar riqueza, pero de acuerdo con los valores de la sociedad y minimizando riesgos), el social (acciones que mejoren la calidad de vida de los ciudadanos) y el medioambiental (la empresa al ejercer su actividad debe proteger el medio ambiente y cuidar el entorno físico). La transparencia es otra de las características de la RSC, para comunicar a la sociedad y a todos los grupos de interés con los que la organización se relaciona, como actúa.

Para el Observatorio de RSC, ésta se rige por una serie de principios como son:

- Acatar y cumplir las normas vigentes tanto nacionales como internacionales
- Concierno a todas las áreas de negocio y territorios en los que la empresa opera.
- Implica comprometerse éticamente de manera que se convierten en deberes
- Se evidencia en los signos que genera la actividad de la empresa en el ámbito social, medioambiental y económico.
- Se dirige a satisfacer a los grupos de interés. (Observatorio de RSC, 2014, pág. 6)

2.- DIFERENCIAS CON OTROS CONCEPTOS

En muchas ocasiones se utiliza el término de RSC de forma inadecuada asimilándolo a acción social o a ética empresarial o de los negocios. Así se hace necesario diferenciar unos conceptos de otros para que no haya lugar a confusión.

En el documento “Marco conceptual de la RSC” elaborado por Aeca, se define la ética empresarial como *“el estudio y aplicación de la moral al mundo de la empresa. Comprende el conjunto de valores, normas y providencias que vinculan a sus miembros en forma de ideales compartidos y obligaciones, en torno a lo que es bueno y malo, a lo que es correcto e incorrecto.* (AECA, 2003, pág. 10)

De esta definición se desprende que la ética de la empresa es un concepto que abarca mucho más que la RSC, pues el análisis de normas, valores y principios del mundo de la empresa es el fundamento de la ética empresarial, constituyendo la responsabilidad social de la empresa únicamente una porción de la ética empresarial.

Las empresas deben establecer con claridad los valores que deben imperar en el logro de sus objetivos. Según palabras de Adela Cortina *“Sin empresas éticas no hay una buena sociedad”* Diario Responsable. (2013). Sin empresas éticas no hay una buena sociedad. 2019, de Diario Responsable Sitio web: <https://diarioresponsable.com/opinion/16786-adela-cortina-sin-empresas-eticas-no-hay-una-buena-sociedad>. Una empresa no puede preocuparse solo por obtener un beneficio económico a costa de lo que sea sin tener en cuenta las consecuencias de sus actos. No se puede alegar la obtención de beneficios como excusa para tener un comportamiento inmoral como emplear mano de obra infantil para abaratar costes. La ética debe estar presente en la toma de decisiones de una empresa. Cuando este proceso no ocurre la empresa no está teniendo un comportamiento realmente ético, lo que puede generar dificultades para la misma. Un ejemplo que está de actualidad

es el de la obligatoriedad que se ha impuesto a las empresas del registro de la jornada laboral de sus trabajadores. Esta medida se ha tomado porque muchas empresas no declaran las horas extras que se realizan, lo que supone además de un abuso hacia los trabajadores al no serles retribuidas, un fraude a la Seguridad Social porque tampoco cotizan por ellas. En este caso la empresa no está actuando ni con honestidad, ni con justicia. Muchas empresas han elaborado códigos éticos a los que debe ajustarse el comportamiento de los empleados, pero a la hora de la toma de decisiones en el ejercicio de su actividad no incorporan la dimensión ética.

Respecto a la diferencia entre RSC y Acción Social, la Asociación Española de Contabilidad y Administración de Empresas define la Acción social como *“la Ayuda voluntaria, expresada en recursos económicos o de otro tipo, otorgada por las empresas a proyectos externos de carácter filantrópico y desarrollo socioeconómico (asistencia social, salud, educación, etc.) La acción social es uno de los diversos comportamientos socialmente responsables que la empresa puede acometer”* (AECA, 2003, pág. 9)

Para la fundación Adecco la acción social se refiere *“a las actividades voluntarias en que la empresa se involucra, poniendo a disposición sus recursos humanos, técnicos y financieros para ayudar a las personas más desfavorecidas de la sociedad.”* (Fundacion Adecco, 2017).

Según el profesor de la Universidad Jaume I, D. Domingo García Marzá, la responsabilidad social debe considerarse obligaciones de la empresa hacia la sociedad mientras que la acción social se concreta en beneficencia (García Marzá, 2014, pág. 245).

Por tanto, la Acción Social en una pequeña parte de la Responsabilidad Social pero no es ni mucho menos la parte esencial. Una empresa puede realizar acciones puntuales y concretas de acción social y a su vez puede realizar acciones irresponsables como emitir vertidos tóxicos, engañar a sus accionistas y llevar a cabo prácticas fraudulentas.

La acción social se puede realizar de muy diferentes maneras que hagan mejorar la calidad de vida de las personas destinando una parte de sus beneficios a promocionar la cultura, la ciencia o la educación, integrando laboralmente a personas en riesgo de exclusión social, favoreciendo a la tercera edad, infancia, etc.

En siguiente tabal se resumen las principales diferencias entre Acción Social y RSE.

Tabla 1: Diferencias entre Acción Social y RSC

	Acción Social	RSE
Definición	Actividades de carácter voluntario con la finalidad de ayudar a las personas más desfavorecidas	Conducta responsable de la empresa en sus relaciones con los demás
Motivación	Altruista	Estratégica
Impacto	Ocasional	Sostenible
Ámbito	Externo	Global
Carácter	Reactivo	Anticipativo

Fuente: Adaptación propia Fundación Adecco (2017)

3.- LA RSC EN EL ÁMBITO EUROPEO

La Cumbre de Lisboa celebrada en el año 2000 fijó como propósito que Europa pasara a convertirse en una economía competitiva que lograra un crecimiento económico sostenible con una mayor cohesión social.

La publicación del Libro Verde sobre la Responsabilidad Social de las Empresas en el año 2001, marca el inicio de lo que pueden considerarse las bases de la implantación de la RSC en Europa.

El Foro Multistakeholder de RSE de la Unión Europea nació para el estímulo de buenas prácticas en el empleo de la responsabilidad social empresarial en la Unión Europea y con la sugerencia a los gobiernos de asumir su rol en materia de RSC.

La Comisión Europea ha emitido también diversas comunicaciones en materia de RSC, que, aunque no tienen carácter normativo, inciden en la promoción de la RSE de los Estado miembros y en que se cumplan las normas internacionales:

- La responsabilidad social de las empresas: una contribución empresarial al desarrollo sostenible (2002), en la que emite una propuesta para promover la RSE. En esta comunicación se argumentan dos razones que evidencian la oportunidad de llevar a cabo una acción comunitaria en materia de RSE, el refuerzo que ésta puede producir en las políticas comunitarias y evitar distorsiones en el mercado.

- (Europeas, La RS de las empresas: una contribución empresarial al desarrollo sostenible, 2002)
- Poner en práctica la asociación para el crecimiento y el empleo: hacer de Europa un polo de excelencia de la responsabilidad social de las empresas (2006), que favoreció la creación de la Alianza Europea para la RSE con la esperanza de que la Alianza tuviera un impacto relevante en la actitud de las empresas europeas ante la RSE y en su compromiso positivo respecto a las cuestiones sociales y ambientales. (Comisión de las Comunidades Europeas, 2006)
 - Una estrategia renovada para la UE para la RSE 2011-14, con los objetivos de acrecentar los impactos positivos y disminuir los impactos negativos. (Europeas, Estrategia renovada de la UE 2011-2014 sobre la RS de las empresas , 2011)

Respecto a la información no financiera la Comisión Europea ha desarrollado La Directiva 2014/95/UE del Parlamento Europeo y del Consejo, de 22 de octubre de 2014, por la que se modifica la Directiva 2013/34/UE.

La comunicación de 26 de junio de 2017, presentación de la Guía de divulgación de información no financiera y su finalidad es a ayudar a las empresas para que en la presentación de sus informes cumplan los requisitos requeridos.

Directiva del Parlamento Europeo y del Consejo por la que se modifican las Directivas 78/660/CEE y 83/349/CEE del Consejo en lo que respecta a la divulgación de información no financiera e información sobre la diversidad por parte de determinadas grandes sociedades y determinados grupos, (Europea, Directiva del Parlamento Europeo y del Consejo, 2013)

El Registro EMAS fue ideado por la Comisión Europea como instrumento de gestión ambiental y facilita la evaluación del impacto ambiental, para poder mejorarlo y declararlo de manera oficial y transparente. Las empresas que verifican su sistema de gestión ambiental conforme al Reglamento EMAS obtienen el distintivo EMAS y quedan reconocidas por la Unión Europea.

The European Academy of Business in Society, comenzó su actividad en el año 2002, integrando a empresas, escuelas de negocios y otras instituciones comprometidas con el fomento de prácticas empresariales sostenibles mediante la asociación, el aprendizaje y

la investigación. Las empresas fundadoras fueron IBM, Johnson & Johnson, Microsoft, Shell y Unilever, y con algunas de las escuelas de negocios europeas más importantes, y tuvieron el apoyo de la Comisión Europea. Así las empresas pueden aprovechar los resultados obtenidos con la investigación.

La Estrategia Europea 2020 pone de manifiesto el interés que ha ido suscitando la RSE en Europa. Esta estrategia se compromete a crear un nuevo enfoque en responsabilidad social empresarial, con la finalidad de lograr cinco objetivos cruciales como el empleo, I+D, cambio climático, educación y lucha contra la pobreza y exclusión social y siete iniciativas para que la Unión Europea y las diferentes naciones trabajen conjuntamente en las áreas prioritarias de dicha estrategia. (Comisión Europea, 2010)

No obstante, no ha habido uniformidad a la hora de que los diferentes Estados miembros, hayan incorporado a sus políticas públicas criterios de RSC, a pesar de los esfuerzos realizados por la Comisión Europea. Las diferentes singularidades de cada Estado hacen que cada uno de ellos tenga una visión diferente.

4.- SITUACIÓN DE LA RSC EN ESPAÑA

En España poco a poco las empresas van adquiriendo conciencia de que sus actos y tomas de decisiones generan una serie de consecuencias por las que deben asumir una responsabilidad y esta toma de conciencia se produce, porque las empresas se expanden y son cada vez más internacionales, ejerciendo su actividad en otros territorios distintos del nuestro.

Pero lo que resulta decisivo para el fomento de la responsabilidad social empresarial en España, es la publicación del Libro Verde. Con objeto de establecer una regulación de la RSE, el Psoe presenta una proposición de ley en el Congreso de los Diputados en el año 2002.

Van surgiendo y creándose organizaciones y asociaciones dedicadas al estudio, fomento e impulso de la RSC. Así, se crea el Observatorio de la RSC en el año 2004 que agrupa a sindicatos, ONG y asociaciones de consumidores. Tiene como objetivos el fomento, promoción de la RSC, así como el seguimiento en el grado de asentamiento de la responsabilidad social corporativa en España y en los países en los que las empresas españolas tienen actividad.

Nace Forética asociando a empresas y profesionales de la responsabilidad social empresarial. Su objetivo es fomentar que las empresas integren en su gestión la RSC. Entre sus más de 200 socios, se encuentran tanto grandes empresas, como pequeñas y medianas y ONG.

La Asociación Española de Contabilidad y Administración de Empresas crea una Comisión de estudio sobre RSC, que está integrada por expertos de muy diversos ámbitos y mediante el estudio y la investigación promueven el comportamiento socialmente responsable de las organizaciones.

En el año 2004 se estableció La Red Española del Pacto Mundial de Naciones Unidas, con el objetivo de que las empresas españolas incorporasen los principios del Pacto Mundial. Su sistema de gestión y su estructura organizativa está considerada una de las más avanzadas del Pacto Mundial.

A finales de 2017 contaba con 511 socios de los cuales 274 eran grandes empresas, 158 Pymes y 79 otras entidades y a lo largo del año 2018 el número de socios ha crecido a 661. Respecto a los firmantes del Pacto fueron 2611 de los cuales 1993 grandes empresas, 379 Pymes y 239 otras entidades.

La incorporación de las organizaciones a esta Red es voluntaria, pero al formar parte de ella se establece un compromiso para impulsar el logro de los diez principios del Pacto Mundial. Estos principios abarcan cuatro grandes áreas: derechos humanos (2 principios), normas laborales (4 principios), medio ambiente (3 principios) y anticorrupción (1 principio).

Se han constituido distintos foros empresariales y académicos en los que se estudia sobre Ética y Empresa, y los sindicatos han incorporado la RSC dentro del Diálogo Social entre trabajadores y empresarios.

La Asamblea General de Naciones Unidas aprobó en 2015 la Agenda 2030 para el Desarrollo Sostenible con el objetivo de favorecer a las personas erradicando la pobreza, al planeta haciendo frente al cambio climático y la prosperidad de los seres humanos y para ello se acordaron los 17 Objetivos de Desarrollo Sostenible y sus metas. (Unidas, Asamblea General de Naciones, 2015)

Los ODS se fijan unas metas más amplias que los ODM porque quieren acabar con la pobreza y todos los países que se adhieren a ellos deben cumplir sus metas. Todos los

países, gobiernos y actores sociales y económicos deben aunar esfuerzos para lograr la consecución de los ODS.

España se ha comprometido a dar impulso a la Agenda 2030 y para ello aprobó un plan de acción para implementarla y para coordinar todas las actividades encaminadas a cumplir esta Agenda. En junio de 2018 se creó el Alto Comisionado para la Agenda 2030, y en febrero del presente año fue aprobado por el Consejo de Ministros la creación del Consejo para el Desarrollo Sostenible que tiene carácter consultivo y en el que desde diferentes organizaciones se tratará de analizar la forma en la que España pueda lograr los ODS. En su composición (48 vocales) participan representantes de diferentes sectores.

La Agenda 2030 se constituye como la coyuntura para crear soluciones sostenibles por parte de los diferentes grupos de interés, que posibiliten salvar los retos económicos, sociales, ambientales y de buen gobierno que proponen y para ello, la actuación del sector privado es determinante.

Como conclusión se puede decir que las grandes empresas van adoptado políticas y herramientas de responsabilidad social. España es el país que cuenta con mayor número de firmantes del Pacto Mundial de las Naciones Unidas y es, además, uno de los principales emisores de memorias de sostenibilidad.

Sin embargo, no se puede decir lo mismo respecto a la RSC en las Pymes españolas, ya que se suelen mostrar reticentes al creer que la adopción de políticas de RSC, les supone gran coste y no toman conciencia de que es un proceso de mejora continua que les aporta eficiencia y competitividad.

5.- LAS POLÍTICAS PÚBLICAS EN TORNO A LA RSC

Hemos dicho que una de las características de la responsabilidad social corporativa es la voluntariedad en su aplicación por parte de las empresas y organizaciones, la obligatoriedad sólo se puede exigir en el cumplimiento de la legalidad vigente, pero como la implantación de medidas de RSC en la estrategia de las empresas produce un beneficio para toda la sociedad, las Administraciones Públicas lo que sí pueden hacer es desempeñar una labor muy relevante a la hora de incentivar, impulsar y fomentar la RSC.

Si los poderes públicos apoyan activamente el desarrollo responsable de las empresas españolas se beneficia la economía nacional y la sociedad. Este impulso debe dirigirse con mayor intensidad hacia las pequeñas y medianas empresas en las que la implantación de la RSC está menos desarrollada.

Las Administraciones Públicas además de impulsar y fomentar la RSC en las empresas, tienen que aplicarla en las empresas públicas y organismos públicos ya que al no tener como objetivo un beneficio económico, a la hora de contratar empresas para la realización de obras o servicios públicos o a la hora de realizar compras, pueden elegir a empresas responsables, lo que supone un incentivo para las mismas y un reconocimiento y serviría de acicate para favorecer la implantación de medidas de RSC en otras empresas u organizaciones.

Para lograr este objetivo se han puesto en marcha diferentes proyectos de carácter público con la finalidad de promover la responsabilidad social de las empresas, tanto desde la Administración General del Estado, como desde la autonómica y la local.

En el año 2002 tuvo lugar la primera iniciativa pública al acordarse por el Pleno del Congreso de los Diputados que se constituyera una Comisión Técnica de Expertos en el Ministerio de Trabajo y Asuntos Sociales, con la misión de elaborar un informe sobre la responsabilidad social de la empresa.

En el año 2005 se constituye un Foro de Expertos sobre RSE, a iniciativa del Ministerio de Trabajo y Asuntos Sociales, para favorecer un proyecto de políticas que dieran impulso a la RSC y que contó con la participación de representantes de varios ministerios, expertos del mundo de la empresa, de la universidad y de la sociedad civil y que tras la realización de diversos trabajos, elaboró un informe.

En 2007, se reúne por primera vez la Mesa de Diálogo Social dirigida, entre otras cosas, a elaborar propuestas para activar y difundir las buenas prácticas en materia de RSE; dar impulso a las políticas de RSE en la Administración Pública; y fijar cual sería el cometido de las organizaciones sindicales y empresariales en este ámbito y que al igual que el Foro de Expertos recomendó la creación de un Consejo Estatal de RSE como órgano de asesoramiento al Gobierno en esta materia.

En el año 2008 se crea El Consejo Estatal de Responsabilidad Social de las Empresas presidido por el Ministro de Trabajo. Su composición es interministerial, cuatripartita y

paritaria: 14 vocales representan a las organizaciones empresariales, 14 vocales a las organizaciones sindicales, 14 vocales a organizaciones e instituciones de reconocida representatividad e interés en el ámbito de la responsabilidad social de las empresas y 14 vocales a las distintas Administraciones Públicas, quedando así representados diferentes grupos de interés. Nació con la misión de incentivar, fomentar e impulsar la responsabilidad social de las empresas.

Como resultado de su actividad su pleno aprobó en julio de 2014 y en octubre por el Consejo de Ministros la Estrategia Española de Responsabilidad Social de las Empresas 2014-2020.

Consiste en un documento que contiene 60 medidas encaminadas a potenciar el que tanto organizaciones privadas como públicas avancen en la puesta en práctica y en el desarrollo de medidas responsables y a la vez constituirse en una referencia en materia de responsabilidad social.

Se trata de divulgar en la sociedad los valores de la responsabilidad social, con especial énfasis en las pequeñas y medianas empresas. Su objetivo es que se equipare la RSE a competitividad y sostenibilidad.

La Estrategia reseña cuatro objetivos y formula diez líneas de actuación basadas en los principios de competitividad, cohesión social, transparencia, sostenibilidad, creación de valor compartido y voluntariedad.

En 2011 se aprueba la Ley de Economía Sostenible que en el artículo 39 hace referencia a la responsabilidad social de las empresas y contempla aspectos relacionados con la RSE, en entidades públicas estatales y en el sector privado.

En 2017 entró en funcionamiento el Portal de la Responsabilidad Social, puesto en marcha por el Ministerio de Empleo y Seguridad Social para que las empresas publiquen sus memorias o informes de sostenibilidad. También se puede acceder a la Estrategia Española de RS de las empresas y a las ayudas y subvenciones RSE entre otras cosas.

No solo la Administración estatal debe fomentar la RSC sino también las Administraciones autonómicas y locales. Hay diversas autonomías que incorporan medidas de promoción de la RSC en su gestión, bien con proyectos de desarrollo sostenible o gestionando adecuadamente los recursos públicos, haciendo compras responsables, acometiendo proyectos de igualdad, etc.

Otro aspecto en el que el Estado debe actuar es en realizar una labor de difusión de la RSC para que los ciudadanos estén informados y sensibilizados y sepan valorar a las organizaciones que son responsables para que con su comportamiento de consumo valoren y recompensen a estas empresas, frente a otras que no lo son.

Esta tarea de difusión es fundamental para que la población acepte las medidas de RSC que las Administraciones pongan en marcha. Parece que todos estamos concienciados de la importancia de la protección del medio ambiente y la lucha contra el cambio climático, pero a la hora de aceptar la puesta en marcha de medidas para una mejora en la calidad del aire que respiramos, como activar el protocolo anticontaminación, las medidas adoptadas para reciclar o el acceso limitado al centro de las ciudades, no somos capaces de aceptarlas con complacencia y asumirlas como beneficiosas, sino todo lo contrario, son objeto de rechazo porque únicamente se piensa en los posibles inconvenientes que ocasionan, lo que demuestra que no estamos lo suficientemente formados y concienciados en esta materia.

6.- RANKING DE LAS EMPRESAS ESPAÑOLAS MAS RESPONSABLES

Una vez definido y diferenciado el concepto de RSC, la normativa europea y las políticas públicas que la fomentan y regulan, en este apartado se enumeran las diez empresas españolas que según Merco (Monitor empresarial de reputación corporativa), (MERCO, 2019) son más responsables socialmente, esto es, qué empresas están comprometidas a dejar una huella positiva en el ámbito social, económico y medioambiental.

En nuestro país hay numerosos ejemplos de empresas responsables, pero en el presente epígrafe se enumerarán las diez primeras y se esbozarán unas líneas generales respecto a su política de RSC en lo referente al grupo de interés de los trabajadores y a la acción social, puesto que referirse a los tres ámbitos de la RCS de cada una de ellas sería demasiado extenso.

Tabla 2: Las diez empresas con mejor reputación corporativa en 2018

EMPRESA	SECTOR
1.- Inditex	Distribución moda

2.- Mercadona	Distribución generalista
3.- Santander	Bancario
4.- BBVA	Bancario
5.- Répsol	Empresa
6.- Telefónica	Telecomunicaciones
7.- Caixabank	Bancario
8.- Grupo Social Once	ONG, fundaciones y Asociaciones
9.- Mapfre	Aseguradoras
10.-Iberdrola	Energía, gas y agua

Fuente: Adaptación propia de datos obtenidos de Merco (2019)

6.1 INDITEX

Es una de las mayores compañías de distribución de moda en el mundo y está en constante crecimiento y expansión. Para conseguir la confianza del cliente que lo considera el centro de su negocio crea la moda que demanda de manera sostenible y fomentando un consumo responsable.

La seguridad y salud de sus trabajadores constituye una parte esencial de su relación y para ello difunde su política de seguridad y salud en todos los centros y forma adecuadamente a los empleados en lo referente a las condiciones de seguridad en su trabajo. Ha impartido cursos de seguridad vial y dispone de un portal dedicado a promocionar la salud y los hábitos saludables. Ha realizado campañas de vacunación contra la gripe, evaluado el riesgo de infarto y ha puesto en marcha actividades para cuidar y prevenir trastornos musculoesqueléticos.

Considera imprescindible la formación del personal para el desarrollo de su negocio, por lo que además de una formación inicial imparte programas específicos de formación técnica, lo que supuso en el ejercicio 2017 más de dos millones de horas de formación.

Inditex no admite ningún tipo de discriminación, respetando la diversidad y fomentando la inclusión, trabajando por la igualdad de género. Al estar formada su plantilla por un 75% de mujeres, favorece la conciliación, la maternidad y la lactancia, además de constar con protocolos para prevenir el acoso sexual.

Con respecto a su política retributiva el salario medio por empleado fue en 2017 de 22.627 euros al año constando de una parte fija y otra variable en función de los resultados. La plantilla en 2017 ascendió a 171.839 empleados.

En cuanto a su acción social ha contratado a 239 jóvenes en situación de vulnerabilidad, ha creado un programa para la integración de personas con discapacidad con una red de comercios que son llevados por entidades sin ánimo de lucro y atendidos por discapacitados. Además, cada empleado puede donar una parte fija de su nómina a un proyecto social e Inditex dobla esa cantidad.

Con todas estas medidas Inditex contribuye a los ODS nº 3, 4, 5 y 8 y se la ha considerado como la mejor empresa para trabajar en España por Merco Talento. (Inditex, 2018)

6.2 MERCADONA

Mercadona es una compañía de supermercados de capital español y familiar y que se ha consolidado como la primera empresa del sector de la Distribución Generalista de España.

Es una empresa que mantiene políticas de Recursos Humanos que contribuyen al desarrollo personal y profesional de cuantos forman parte de su plantilla. El modelo laboral de Mercadona, que cuenta con una plantilla de 84.000 trabajadores con empleo estable, es también referencia internacional, pues impulsa el desarrollo personal y profesional, mediante planes específicos de formación constante tanto desde la primera incorporación como a lo largo de toda su trayectoria, invirtiendo más de 65 millones de euros y la promoción interna, entre otros aspectos.

El salario mínimo neto de entrada es superior a los 1.000 euros basando el salario en la equidad, los que tienen la misma responsabilidad son retribuidos de la misma forma y está por encima de la media del sector.

Para Mercadona la conciliación familiar y laboral es muy importante facilitar la conciliación por lo que ha ampliado la excedencia por cuidado de hijo hasta que el menor cumpla los ocho años. Muchas empleadas eligieron alargar un mes el periodo legal de baja maternal, 1.490 trabajadores disfrutaron del permiso de paternidad y otros optaron por reducciones de jornada. Está muy comprometida contra la violencia contra la mujer, disponiendo de un protocolo de ayuda en estos casos consistente en la asistencia e información, el traslado a otro centro, etc.

No admite discriminación por razón de sexo manteniendo un porcentaje paritario en puestos de dirección entre ambos sexos.

La seguridad y salud de los trabajadores es una de las preocupaciones constantes de Mercadona para lo que forma a su plantilla en prevención de riesgos con cursos específicos para cada bloque logístico.

Dentro de su plan de acción social ha donado más de 9.600 toneladas de alimentos, colabora con más de 140 comedores sociales y tiene convenios con bancos de alimentos.

Mercadona en este ámbito contribuye a los ODS nº 4, 5, 8 y 10. (Mercadona, 2018)

6.3 SANTANDER

La pretensión de Santander es ser el mejor banco comercial actuando de manera responsable para ganar la confianza y fidelidad de sus empleados, clientes, accionistas y de la sociedad y para poder lograrlo se ha fijado como objetivo ser el mejor banco para trabajar, para lo que ha diseñado una estrategia de gestión de personas en la que la gestión y retención del talento es fundamental. La formación continua consigue que los empleados se adapten a los rápidos cambios del entorno laboral. La estrategia implantada “Nunca dejes de aprender” incluye un espacio de formación para compartir conocimientos y buenas prácticas, formación a directivos y ciclos de conferencias sobre la importancia del comportamiento en el trabajo diario. En 2018 cada empleado recibió 33,8 horas de formación.

En cuanto al sistema de retribución de los empleados se compone de una parte fija dependiendo de la función y de la responsabilidad y otra variable en función de sus logros y también ofrece planes de pensiones, productos y servicios bancarios, seguros de vida y de salud.

Con respecto a la diversidad e inclusión la plantilla de Santander la integra un 54,5% de mujeres, de las cuales un 20,5% ostenta puestos directivos y el porcentaje de empleados con discapacidad es de 1,7%. La igualdad de oportunidades entre hombres y mujeres constituye una prioridad en todo el grupo por lo que la diferencia salarial entre hombres y mujeres del mismo nivel y función es muy reducida (3%), sin embargo, la brecha salarial de género es del 31%. Respecto a la representación de mujeres dentro del Consejo, a finales de 2018 ha sido del 33%.

En lo relativo a la conciliación de la vida laboral y familiar se aplican una serie de medidas para que cada empleado se acoja según sus intereses, como la organización de la jornada laboral, flexibilidad de horario, trabajo de forma remota en días, teletrabajo a tiempo completo, etc.

Santander considera que la salud de sus empleados es la salud de la empresa y para ello ha creado un espacio digital para acceder a información sobre hábitos saludables

En relación a su acción social Santander desarrolla el mayor programa de becas impulsado por una empresa privada en el mundo. A través de este programa, el Banco concedió en 2018, 73.741 becas y ayudas de estudio universitario y a través de la fundación Universia se ha becado a 603 universitarios con discapacidad y se ha incluido laboralmente a 153 discapacitados. Respecto a la exclusión social más de un millón de personas han recibido ayudas.

En 2018 Santander ha recibido la certificación Top Employer Europe 2018, que reconoce la excelencia en las condiciones que los empleadores crean para sus profesionales y Great Place to Work ha reconocido a Santander como una de las mejores entidades financieras para trabajar en América Latina. (Santander, 2018)

6.4 REPSOL

Repsol entiende que su principal función en la sociedad de la que forma parte es satisfacer las necesidades de energía de aquellos países en donde opera, y hacerlo de un modo que sea eficiente, sostenible y seguro.

Cuenta con una plantilla de 25.288 empleados compuesto por un equipo diverso en el que el 63% lo constituyen hombres y el 37% mujeres. Con la finalidad de fomentar la igualdad de oportunidades se han incorporado temas de diversidad e inclusión en su código de ética y conducta. Su comité de diversidad y conciliación ha diseñado una política enfocada a capacidades diferentes, género, edad, diversidad cultural y flexibilidad y conciliación. Cuenta con 570 trabajadores con capacidades diferentes y se ha realizado una auditoría de accesibilidad en las oficinas centrales.

Respecto a la diversidad de género Repsol pretende alcanzar un 31% de mujeres en puestos de liderazgo en 2020 y cuenta con un plan de igualdad de oportunidades y se ha sumado al protocolo de currículum anónimo a fin de que en los procesos de selección no se tenga en cuenta el género.

En el ámbito de la flexibilidad y conciliación facilita el teletrabajo muy aceptado por los empleados, la flexibilidad en el horario y el derecho a la desconexión para respetar la vida familiar.

La retribución está conformada por una parte fija, otra variable anual y beneficios, En la retribución flexible se incluyen seguro médico, aportaciones a planes de pensiones, compra de acciones, etc

Repsol impulsa la formación en idiomas y facilita las prácticas de alumnos universitarios para completar su formación y de formación profesional.

Para garantizar un entorno laboral seguro y protegido, se preocupa de identificar, evaluar y gestionar los posibles riesgos para prevenir los accidentes industriales y los personales.

En lo referente a la acción social la Fundación Repsol invierte en proyectos sociales de formación a personas con discapacidad, mujeres víctimas de violencia de género, jóvenes en situación de vulnerabilidad para mejorar su empleabilidad, becas para acceso a la universidad, etc.(Repsol, 2018)

6.5 TELEFÓNICA

Telefónica S.A. es hoy uno de los mayores operadores integrado de telecomunicaciones a nivel mundial por capitalización bursátil y número de clientes. Además de servicios de conectividad, ofrecen soluciones tecnológicas para acompañar a empresas y particulares en su propia transformación digital.

La diversidad y multiculturalidad constituyen la identidad de Telefónica. De sus profesionales 37,7% son mujeres y el porcentaje de directivas del 23,3% y en sus procesos selectivos internos aseguran la presencia de ambos sexos. Cuentan con un protocolo de actuación en acoso laboral. Fomentan la contratación de colectivos en riesgo de exclusión. En el ámbito de la discapacidad disponen de becas de estudios para discapacitados intelectuales que después se incorporan como becarios en prácticas.

En el ámbito de la formación disponen de una amplia oferta de cursos para un continuo aprendizaje de los empleados, de tal forma que a lo largo del 2018 el 95% de la plantilla realizó algún curso de formación.

Para proteger la salud de la plantilla se evalúan los riesgos para prevenir enfermedades profesionales e incidentes de trabajo, así como el estrés en su lugar de trabajo. Además,

Telefónica se preocupa por la alimentación saludable, el movimiento como fuente de bienestar y detección precoz de enfermedades.

Invirtieron 81 millones de euros en proyectos de educación, proporcionando educación digital de calidad a 5,8 millones de niños y niñas a través de ProFuturo y aportan más de 1,2 millones de horas de formación en la plataforma ScolaTIC, utilizada por 512.000 profesores, educadores y padres. (Telefónica, 2019)

6.6 GRUPO SOCIAL ONCE

La Organización Nacional de Ciegos Españoles (ONCE) nace para dar respuesta a las necesidades de las personas con ceguera y facilitarle el acceso a un trabajo digno a través de la venta del cupón. Desde entonces, la ONCE sigue trabajando día a día por mejorar la calidad de vida de los ciegos españoles y contribuir a su autonomía y plena inclusión en la sociedad mediante la educación, el empleo, la vida social y cultural.

Para atender las necesidades sociales derivadas de la discapacidad visual de sus afiliados, la ONCE en 2017 destinó 150,8 millones de euros, contando con cerca de 1.600 profesionales (maestros, psicólogos, trabajadores sociales, técnicos de rehabilitación, instructores de tiflotecnología y braille, especialistas de apoyo al empleo, etc.) distribuidos en una red estatal de atención.

La ONCE trabaja para que los afiliados en edad escolar se incorporen en los centros educativos ordinarios (educación inclusiva), de manera que se genera un doble beneficio: la verdadera inclusión del menor con niños de su edad y la aportación por parte de la ONCE de recursos específicos y conocimiento al profesorado y tutores del centro educativo. Durante el curso 2016/2017 se ha atendido a 7.549 alumnos con ceguera y deficiencia visual, de los cuales únicamente 33 (0,4%) estaban escolarizados en Centros Escolares de la ONCE y 7.516 (99,6%) en educación integrada.

La Escuela Universitaria de Fisioterapia de la ONCE está considerada una de las escuelas más prestigiosas en el ámbito nacional e internacional. La calidad de la enseñanza se refleja en la elevada cualificación de los fisioterapeutas ciegos y con deficiencias visuales graves y en el elevado porcentaje de inclusión laboral de sus titulados que alcanza el 100%.

A 31 de diciembre de 2017, 3.723 personas afiliadas tenían una ocupación al margen de la comercialización de las modalidades de lotería de las que es titular la ONCE, de las

cuales el 28% estaban empleadas en el Grupo Social ONCE y el 72% en empresas externas y con su programa de autoempleo ponen a disposición de los afiliados asesoramiento y financiación que les ayuda a emprender y desarrollar proyectos laborales por cuenta propia con unas condiciones económicas más favorables.

Para favorecer la integración social de las personas con discapacidad visual en su entorno se organizaron en 2017 5.865 actividades de animación socioculturales y deportivas a las que asistieron 171.630 personas.

En 2017, se destinaron 4,8 millones de euros repartidos en un total de 4.586 ayudas económicas al estudio (libros, transporte, comedor, material, etc.), prestaciones de empleo (formación, préstamos para el autoempleo, etc.) y otras ayudas que inciden de manera positiva en su bienestar personal (primera necesidad, ayudas a domicilio o teleasistencias, etc.). (Once, 2018).

6.7 MAPFRE

Es una compañía global que desarrolla principalmente actividades aseguradoras y reaseguradoras en 45 países de los cinco continentes. Actualmente es la mayor aseguradora española en el mundo y el tercer grupo asegurador en Latinoamérica.

Con respecto a la formación y prácticas ha invertido 20,8 millones de euros, ha establecido más de 430 acuerdos con instituciones educativas y universidades para la realización de prácticas en la empresa y ha tenido en el ejercicio 2017, más de 1.200 becarios.

En cuanto a la diversidad de género 38,8 por 100 de los empleados con puestos de nivel dirección/jefatura son mujeres, 53 mujeres ocupan puestos de alta dirección o puestos en Consejos de Administración y respecto a la diversidad funcional emplea a 768 empleados con discapacidad en 31 países (120 incorporados en 2017), realiza donaciones a proyectos de empleo/ integración laboral por importe de 333.843 euros.

Ha realizado 262 campañas de Salud en 2017 y 24 horas de donación de sangre, Más de 32.000 empleados se han beneficiado por algún tipo de medida de conciliación de la empresa: horario laboral flexible, trabajo a tiempo parcial, jornada laboral reducida, teletrabajo, permisos retribuidos y no retribuidos, excedencias por motivos personales o estudios, programa de integración de empleados tras un permiso de larga duración.

La Fundación Mapfre es una institución sin ánimo de lucro que desarrolla actividades de interés general en España y en otros países para contribuir al bienestar social. Para poder cumplir sus fines lleva a cabo una amplia gama de actividades en todo el mundo a través de cinco áreas especializadas: Acción Social, Cultura, Prevención y Seguridad Vial, Promoción de la Salud, y Seguro y Previsión Social. Sus actividades, que en 2017 se han desarrollado en 34 países, incluyen: Ayudas a las personas o colectivos menos favorecidos de la sociedad, concesión de becas de estudio y ayudas a la investigación, organización de exposiciones de arte, actividades docentes y de formación especializada campañas y programas orientados a la prevención de accidentes, la seguridad vial y los hábitos de vida saludables. (Mapfre, 2018)

7.- ¿TIENE VENTAJAS SER UNA EMPRESA RESPONSABLE?

Hay opiniones diversas sobre si la RSC tiene ventajas o inconvenientes: algunos son de la opinión de que la implantación de políticas de RSC tiene costes elevados para la empresa y hay quienes opinan que aplicar medidas de responsabilidad social se convierte en una inversión que reporta importantes beneficios a las compañías.

Pero ¿En qué consisten esos beneficios? ¿De qué manera se concretan? Los beneficios son, por un lado, para la propia organización que la aplica y por otro, para la sociedad beneficiaria de esas medidas. Los más significativos para la empresa son los siguientes:

- * Añade valor al producto o marca diferenciándolo de la competencia por lo que los inversores mostrarán mayor disposición a colaborar con ella. Una de las razones del prestigio de la marca Inditex se debe a las inversiones que realiza en acción social. La Fundación Amancio Ortega contribuye con donaciones a diversos proyectos sociales.

- * Las empresas socialmente responsables consiguen que los trabajadores permanezcan más tiempo en la empresa y un mayor compromiso al sentirse complacidos. La política laboral de Mercadona que ofrece empleos estables y salarios por encima de la media, así como posibilidades de formación y promoción, unido a sus medidas para fomentar la conciliación, constituye un ejemplo de este beneficio.

- *Al estar la plantilla más motivada se produce un incremento en la productividad y por tanto se obtienen mejores resultados.

- * Muchos países valoran muy positivamente la incorporación de estas prácticas en las compañías, lo que facilita el acceso a otros mercados.
- * El tener una mejor imagen facilita el acceso a la obtención de mejores condiciones a la hora de obtener financiación y solicitar ayudas o subvenciones y reconocimientos oficiales.
- * Los clientes y proveedores prefieren tratar y relacionarse con las marcas que practican la RSE
- * La obtención de premios o reconocimientos en materia de RSC es un valor importante para las empresas ya que genera confianza y gana reputación. Santander ha recibido la certificación Top Employer Europe 2018, que reconoce la excelencia en las condiciones que los empleadores crean para sus profesionales y Great Place to Work ha reconocido a Santander como una de las mejores entidades financieras para trabajar en América Latina
- * Las Administraciones Públicas a la hora de contratar obras o servicios o realizar compras se inclinarán por las empresas responsables, siendo así partícipes del fomento de la RSC.

Respecto a los beneficios que reporta a la sociedad algunos de ellos son:

- * Contribución a la preservación del medio ambiente y a la lucha contra el cambio climático.
- * Se favorece a colectivos desfavorecidos como discapacitados, infancia, jóvenes en riesgo de exclusión social, que por sus especificidades no se encuentran en igualdad de condiciones a la hora de acceder al mercado laboral, a la educación, etc.
- * Mejora las condiciones económicas y sociales de las comunidades en las que la empresa opera.
- * Se consigue una sociedad más justa e igualitaria.

Los consumidores también tienen un importante papel que desempeñar y ser responsables a la hora del consumo, interesándose por quién está detrás del producto que van a adquirir o el servicio que van a contratar. Hay que informarse si la empresa protege el medio ambiente, si tiene deudas o no con la Seguridad Social y Hacienda, si paga a los proveedores con regularidad, si da un trato laboral adecuado a sus empleados, etc. Los

consumidores como gran grupo de influencia están dotados de una gran capacidad para poder recompensar con su comportamiento, a las empresas que lo hacen mejor, y, por el contrario, no beneficiar a las que no aplican prácticas responsables.

Así lo pone de manifiesto Ipsos Group S.A que afirma que está cambiando la forma en la que el consumidor se relaciona con las marcas, y lo que realmente espera de ellas. *“Hacer un buen producto u ofrecer un buen servicio ya no es suficiente para que te elijan. Los consumidores quieren saber de las marcas en que creen, cuál es su aportación al consumidor, a sus empleados, a la sociedad y al entorno.* ((Ipsos), 2019)

A la vista de los beneficios y ventajas mencionadas se puede afirmar que la implantación de políticas de RSC tienen un efecto positivo en la empresa, incrementando las ventas, la motivación de los empleados, mejorando la confianza de la sociedad en general y en consecuencia consiguiendo una mejor reputación corporativa y aumento de la competitividad, como en la sociedad al producirse un avance en la consecución de un mundo más justo y menos desigual.

8.- LA RESPONSABILIDAD SOCIAL CORPORATIVA EN



El objetivo de este epígrafe tiene como finalidad analizar si la empresa Acciona es una empresa responsable, y que política de Responsabilidad Social Corporativa lleva a cabo.

Para lograr este objetivo se han analizado las dos últimas memorias de sostenibilidad correspondientes a los años 2016 y 2017 en las que se especifican las diferentes dimensiones de su política de RSC, así como el plan director de sostenibilidad de los periodos 2010-2015 y 2016-2020.

Se ha realizado una encuesta a empleados de Acciona para conocer qué opinión tienen sobre la RSC en la empresa en la que prestan sus servicios y como colofón unas preguntas sobre RSC a una gerente de sostenibilidad de Acciona.

8.1 ACTIVIDAD Y LÍNEAS DE NEGOCIO

Acciona se define a sí misma como una empresa global con un modelo de negocio basado en la sostenibilidad que trata de dar respuesta a las principales necesidades de la sociedad proporcionando energía renovable, infraestructuras, agua y servicios. En 1997 se produce la fusión de Entrecanales SA y Távora, y Cubiertas y MZOU, dando lugar a la creación de Acciona. Ejerce su actividad con el objetivo de cooperar al desarrollo económico y social de las comunidades en las que opera. (Acciona, 2018)

Acciona se compromete con las tres vertientes o ámbitos de la RSC, esto es, con el progreso social, el equilibrio medioambiental y el crecimiento económico.

La RSC forma parte del modelo de negocio de su actividad diaria, incluyendo a toda la organización. Para dirigir todas las cuestiones relativas a la sostenibilidad crearon una Comisión de Sostenibilidad en el Consejo de Administración y para que los accionistas puedan manifestarse se llevan estos temas a la Junta General de Accionistas. Acciona asume como propios todos los principios del Pacto de Naciones Unidas en el que participa desde el año 2005.

Las dos grandes áreas en las que Acciona trabaja son la energía y las infraestructuras. Produce energía limpia libre de emisiones para unos seis millones de hogares empleando tecnologías renovables y en construcción utiliza las técnicas más novedosas, estando a la cabeza en I+D+i

La actividad de Acciona en el sector del tratamiento de aguas se encamina a servir al ciudadano incluyendo el ciclo completo: captar el agua, potabilizarla, desalarla, depurarla y retornarla al medioambiente.

8.2- GRUPOS DE INTERÉS

Las personas y las organizaciones con las que Acciona se relaciona en el ejercicio de su actividad son sus grupos de interés. Esta relación se fundamenta en la comunicación y el diálogo, para lo que consulta a sus grupos de interés integrados en la evaluación social y ambiental acerca de sus proyectos y realiza consultas anuales en cuanto al plan director de sostenibilidad y así revisar y actualizar su estrategia de sostenibilidad.

En su relación con las Administraciones Públicas y Entidades Colaboradoras presenta propuestas o alegaciones en los trámites de información pública, participa en foros, asociaciones y grupos diversos.

Con los analistas se comunica habitualmente para que preparen sus recomendaciones y con los inversores para que decidan sobre su inversión.

En lo que se refiere a los medios de comunicación tiene en los principales países en los que opera, profesionales especializados que conocen las preocupaciones y sensibilidades locales y regionales para gestionar la información relativa a la actividad y los proyectos de Acciona.

Con los empleados y para mejorar la comunicación interna, potencia el uso multicanal y ha creado una nueva intranet corporativa más interactiva que facilita el trabajo colaborativo.

Con los clientes mantiene reuniones en sus diferentes líneas de negocio para conocer sus necesidades, así como su grado de satisfacción.

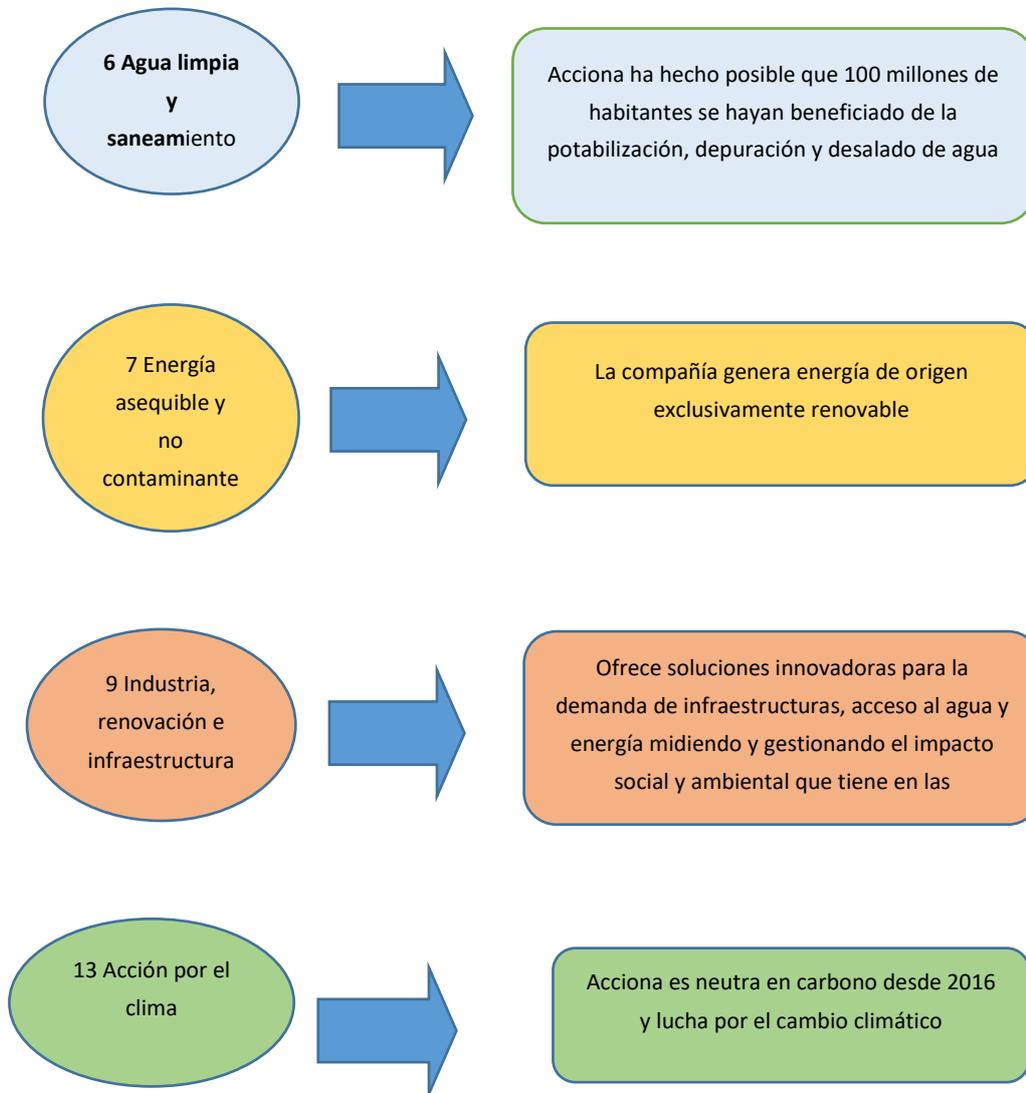
En su relación con los proveedores difunde tanto principios éticos como cuestiones en materia de seguridad y salud y con las comunidades locales dialoga para saber de primera mano las inquietudes o expectativas que provoca con su actividad, a la vez que les informan acerca del proyecto a realizar, el impacto que puede provocar y las medidas sociales que van a realizar.

8.3 CONTRIBUCION DE ACCIONA A LOS OBJETIVOS DE DESARROLLO SOSTENIBLE.

La pretensión de los Objetivos de Desarrollo Sostenible es que todos los países del mundo se enfrenten a los grandes desafíos a los que debe hacer frente la humanidad y asegurar que todas las personas tengan las mismas oportunidades y puedan llevar una vida mejor sin comprometer nuestro planeta.

Acciona, contribuye a objetivos clave como los ODS referidos al acceso al agua, la energía, las infraestructuras y a la mitigación del cambio climático.

Gráfico 1: Contribución de Acciona a los ODS clave para la compañía.



Fuente: Elaboración propia a partir de la memoria anual Acciona (2017)

Además de a los ODS mencionados contribuye a otros más:

Con respecto al *objetivo nº 5 Igualdad de Género*, durante el ejercicio 2017 ha estado un 30% de mujeres han formado parte de su plantilla, de las cuales casi un 13% ha ocupado

puestos de dirección; cerca del 20% de los puestos de gerencia y un 27,27% del Consejo de Administración. Respecto al gap retributivo entre hombres y mujeres ha sido del 5,17%

En relación al *objetivo nº 8 Trabajo Decente y Crecimiento Económico*, ha logrado el 3,6% de empleo equivalente de personas con discapacidad en España; ha empleado un promedio de 15,96 horas de formación por empleado al año y promueve la seguridad y salud entre empleados y colaboradores.

Para la consecución del *objetivo nº 12 Producción y Consumo Responsables* ha implantado las Políticas No Go, mínimos de ética e integridad, que en el supuesto de no llevarse a efecto frenan la contratación de proveedores

Para contribuir al *objetivo nº 16 Paz, Justicia e Instituciones Sólidas* cuenta con un Canal Ético para poder transmitir las conductas irregulares o vulneración de las conductas agrupadas en el Código de Conducta, que posibilitaron que, en 2017, se recibieran 45 comunicaciones. Se ha establecido un método novedoso para identificar y valorar los riesgos de sostenibilidad.

Respecto al *objetivo nº 17 Alianzas para lograr los objetivos* ha participado en organizaciones nacionales e internacionales sobre cambio climático y desarrollo sostenible, así como en varias consultas públicas sobre proyectos normativos como la Ley de Cambio Climático y Transición Energética.

8.4 PLAN DIRECTOR DE SOSTENIBILIDAD DE ACCIONA

Además de contribuir a los Objetivos de Desarrollo Sostenible, Acciona ha desarrollado un nuevo Plan Director de Sostenibilidad 2016-2020 que da continuidad al del período 2010-2015 con una serie de objetivos estratégicos y áreas. Este nuevo programa gira en torno a tres objetivos estratégicos:

El primero de ellos es colaborar en mejorar la calidad de vida de las personas, poniendo el acento en la mejora en la gestión de los impactos sociales de sus proyectos, contribuyendo con el 5% de su dividendo a programas de acción social como el de la Fundación Acciona Microenergía que ha facilitado que 30.000 personas en Perú y México tengan acceso a energía eléctrica e impulsando el voluntariado corporativo.

El segundo de sus objetivos orbita en paliar los efectos del cambio climático, destinando 2.000 millones de euros a energías renovables en los próximos cinco años, de los que un 80% se destinarán a países en desarrollo con un plan de gestión de riesgos ligados al cambio climático. Con las inversiones previstas evitará la emisión de más de 20 millones de Toneladas de CO2 al año.

El tercero consiste en colaborar con la gestión sostenible del agua, mediante la reducción del consumo y el desarrollo de un programa de gestión de residuos (reducción, reciclado y reutilización).

Los proyectos de Acciona proporcionan agua a más de 34 millones de personas y aseguran las necesidades de depuración de 54 millones. Hasta 2020, la compañía prevé proporcionar agua a 9 millones de personas y depuración a más de 12 millones, con lo que superará los 110 millones de usuarios.

Los tres objetivos estratégicos mencionados, se completan y complementan con otros cuatro pilares básicos de la gestión corporativa:

1.- Buen Gobierno, para que los riesgos asociados a sostenibilidad (Cambio climático, impacto ambiental, impacto social, derechos humanos y ética y anticorrupción), sean integrados en la gestión, así como la inclusión de mejores prácticas en transparencia y gobierno corporativo.

2.- Personas, con planes de gestión y retención del talento y en la formación de los profesionales de la compañía para gestionar adecuadamente los riesgos vinculados a la sostenibilidad.

3.- Cadena de valor, aumentando la colaboración con clientes, proveedores y socios para crear nuevas soluciones sostenibles y aminorar los riesgos ambientales, sociales y de gobierno corporativo.

4.- Innovación, manteniendo el liderazgo de innovación en sostenibilidad con una inversión superior a la media europea.

Si comparamos los principales logros conseguidos en 2016 y 2017 se puede constatar lo siguiente:

En el área de Sociedad la compañía ha experimentado un crecimiento en el análisis de la gestión del impacto social un 22% más que el año precedente.

La contribución social ha aumentado 3,3 millones de euros respecto al año anterior, y las acciones de voluntariado han contado con la participación de 1000 voluntarios en 14 países en 2016 y con 1746 en 19 países en 2017.

Respecto al cambio climático en 2017 se impidió lanzar 14,8 toneladas de CO₂ a la atmósfera frente a las 14,4 de toneladas del año anterior.

Dentro del área de Buen Gobierno 6.213 personas han recibido un curso del código de conducta lo que supone un avance significativo respecto al año anterior.

En lo referente a personas el índice de frecuencia global de accidentes ha decrecido en 2017 de 3 a 2,7 y el 3, 55% de empleo equivalente de personas con discapacidad en España en 2016 pasó a ser de un 3,6%

En el área de cadena de valor el porcentaje de clientes satisfechos ha aumentado de 97% a 99,8%.

Por último y respecto al área de innovación la cifra aumento en 15,5 millones de euros respecto al año precedente.

Acciona se identifica con la sostenibilidad. Sus proyectos llevan siempre asociados un estudio sobre el impacto medioambiental y social, innovando en diseño, construcción y mantenimiento de infraestructuras.

Su plan de Acción Social se articula en torno a unas líneas de actuación como son dar servicios básicos a comunidades desfavorecidas en las que opera (energía, aguas e infraestructuras), promocionar y difundir la sostenibilidad, invertir para mejorar a las comunidades en la que actúa, acciones de patrocinio y mecenazgo en salud, educación y cultura.

Con respecto al ejercicio 2018 a la fecha de elaboración del presente trabajo Acciona no ha publicado la memoria correspondiente pero sí lo ha hecho con un informe de resultados de enero a septiembre en el que destaca como hechos relevantes:

* Que ocupa el puesto nº 56 en el ranking anual “2018 Global 100 Most Sustainable Corporations in the World” y es, junto con Amadeus, la única representación española en el índice.

* La Junta General de Accionistas aprobó la Memoria de Sostenibilidad 2017 con el voto favorable del 99,2296% del capital asistente.

* En el Día del Voluntariado 860 empleados impartieron talleres sobre sostenibilidad a más de 14.000 escolares en dieciocho países.

* Que ocupa el puesto 10 en el “2018 Top 100 Most Diverse and Inclusive Organizations Globally”, ranking anual en materia de diversidad e inclusión social, elaborado por Thomson Reuters.

Según el ranking Merco de Empresas Responsables y con Gobierno Corporativo 2018, ocupa el primer puesto en el sector de infraestructuras, servicios y construcción. Ha mejorado su posición del puesto 26 al puesto 20 y es la primera en el ranking de las empresas que no comercializan sus servicios directamente al consumidor final. La compañía repite como la mejor valorada en su sector de actividad.

Según el informe “2030 Purpose: Good Business and Better Future” elaborado por Deloitte solo 9 empresas del Ibex 35 han puesto en marcha acciones para alcanzar algún ODS y entre esas 9 se encuentra Acciona.

9. EL FUTURO DE LA RSC

La implantación de políticas de RSC en la estrategia de las organizaciones se va desarrollando de forma progresiva. Va aumentando la publicación de memorias de sostenibilidad lo que demuestra un avance en la transparencia y en el diálogo con los grupos de interés y está creciendo la preocupación de la sociedad que cada vez se va interesando más por esta cuestión, pero ¿Cuál es el futuro de la RSC? ¿Qué desafíos y retos tiene por delante? ¿Qué medidas se pueden adoptar para seguir fomentándola y que no se produzca un estancamiento en su avance?

Para poder dar respuesta a estos interrogantes y después de conocer las opiniones de expertos y responsables de diferentes organizaciones y empresas, con amplia experiencia en esta materia, recogidas en varias entrevistas publicadas por Corresponsables, las conclusiones que se pueden extraer son las siguientes:

- Es necesario dedicar más atención a la implantación de la RSC en las pequeñas y medianas empresas para que la integren en su estrategia porque todavía el nivel de implantación es bajo.

- Los directivos de las organizaciones deben estar suficientemente formados en RSC y las universidades deben implicarse en el estudio e impartición de esta materia, para formar y concienciar a las futuras generaciones de profesionales.
- Hay que concienciar y sensibilizar a la sociedad del papel que está llamada a desempeñar en el futuro desarrollo de la RSC, para que sepa reconocer a las empresas responsables y para que con su influencia pueda exigir avances que redunden en beneficio de todos.
- La labor de lograr un futuro sostenible es responsabilidad de todos, no se puede delegar solo en una parte.
- Las Administraciones Públicas deben seguir contribuyendo con una buena regulación al estímulo y fomento de la RSC.
- No se puede producir un estancamiento. Hay que seguir trabajando y avanzando en la consecución de los ODS y de sus metas.
- Las empresas que no incorporen la RSC no tendrán futuro.
- A pesar de que la evolución es positiva queda mucho camino por recorrer todavía.

MARCO EMPÍRICO

- ENCUESTA SOBRE RSC-

Para averiguar el conocimiento que los ciudadanos tienen acerca de la RSC, se ha elaborado un cuestionario realizado a través de Google Docs y se ha hecho llegar a través de internet, a 100 personas de diferente sexo, edad y nivel educativo, con diez preguntas de las cuales las tres primeras, corresponden a datos personales de los sujetos y las siete siguientes, a preguntas referidas a la RSC. El cuestionario se encuentra disponible en el Anexo II.

Las preguntas realizadas son las siguientes:

1. Sexo
2. Edad
3. Nivel de estudios

4. ¿Ha oído alguna vez el término Responsabilidad Social Corporativa?
5. ¿Conoce realmente lo que significa?
6. ¿Con qué aspectos relaciona la Responsabilidad Social Corporativa?
7. ¿A qué ámbito cree que dedican mayor esfuerzo las empresas?
8. ¿A quién considera que le corresponde aplicar la Responsabilidad Social Corporativa?
9. ¿A la hora de comprar un producto o contratar un servicio tiene en cuenta si la empresa es socialmente responsable?
10. A la hora del consumo, ¿Qué factores influyen en su decisión de compra?

El cuestionario ha sido respondido por 67 personas. Con respecto al sexo de los encuestados 34 personas son mujeres, esto es, un 50,70% de los encuestados lo constituyen mujeres y 33 personas son hombres, equivalente a un 49,30% de las respuestas obtenidas.



Gráfico 2. Sexo de los encuestados en porcentajes. Fuente: Elaboración propia

A continuación, se reflejan los tramos de edad entre los que se encuentran las personas que han respondido a la encuesta. El grupo más numeroso es el comprendido entre los 18 y 25 años al que pertenecen 41 personas (61,2%), seguido del de 56 a 70 años con 13

(19,4%), entre 36 y 55 años 12 (17,9%) y finalmente el menos numeroso el comprendido entre 26 y 35 con 1 persona (1,5%).

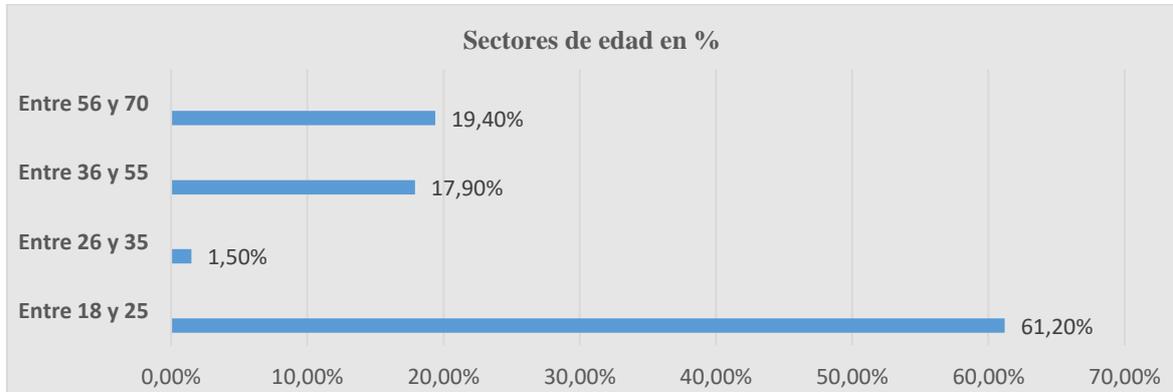


Gráfico 3- Sectores de edad de los encuestados en porcentajes. Fuente: Elaboración propia

Con respecto al nivel educativo, 46 de las personas encuestadas (68,7%) tienen estudios universitarios, 19 (28,4%) bachiller superior y 2 personas (3%) educación secundaria, no habiendo respondido nadie con nivel de estudios primarios.

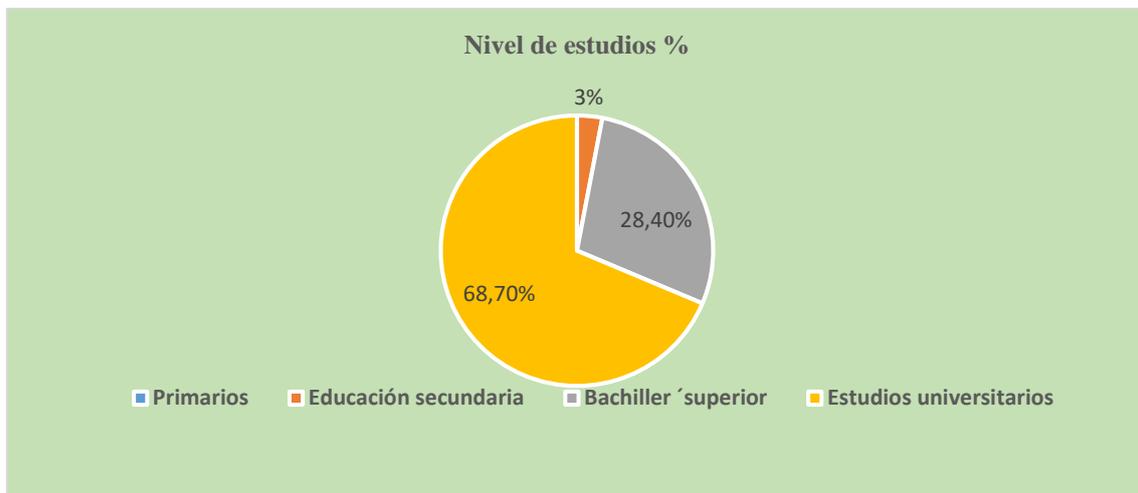


Gráfico 4- Nivel de estudios de los encuestados en porcentajes. Fuente: Elaboración propia

En cuanto a los resultados conseguidos respecto a los interrogantes sobre Responsabilidad Social Corporativa, los resultados han sido los siguientes:

Respecto a la pregunta ¿Ha oído alguna vez el término Responsabilidad Social Corporativa?

El 68,7% (46 personas) respondieron tal y como se representa en el gráfico nº4 que si han oído alguna vez ese término y el 31,3% (21 personas) respondieron no haberlo oído.



Gráfico 5. Porcentajes acerca del término RSC. Fuente: Elaboración propia

En contestación a la pregunta ¿Conoce realmente lo que significa? Un 51,5% (34 personas) responden en sentido negativo, un 39,4% (26 personas) lo hacen respondiendo si y un 9,1% (6 personas) lo hacen al ítem no sabe, no contesta.

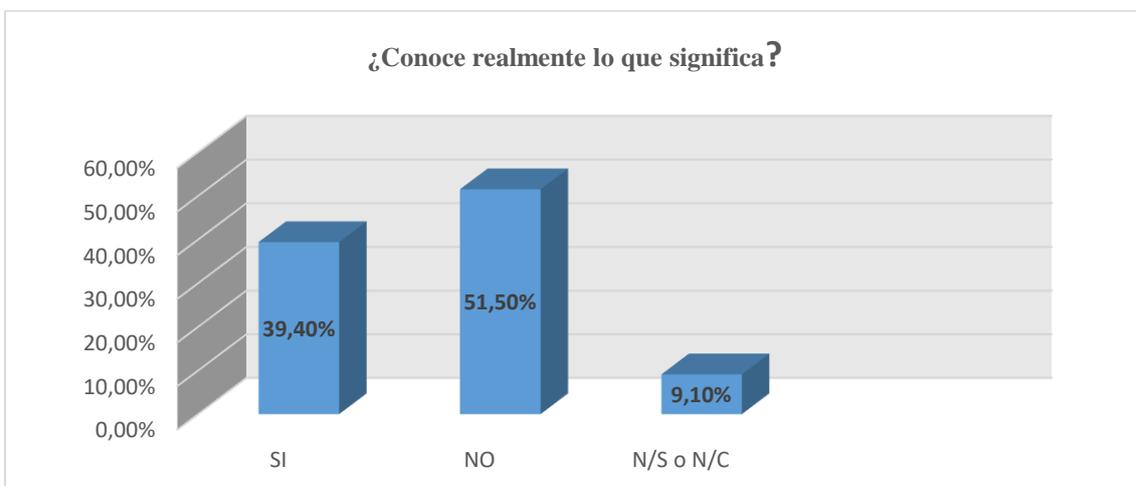


Gráfico 6. Opinión sobre su significado. Fuente: Elaboración propia

Con la pregunta ¿Con qué aspectos relaciona la RSC?, se pretende averiguar con que la identifica cada uno de los encuestados. En esta pregunta se daba la posibilidad de marcar una, ambas o todas las opciones. Así 41 de los encuestados (61,2%) identifica la RSC con proyectos sociales, con la protección del medio ambiente lo hacen 25 personas (37,3%), un 35,8% (24 personas) lo relaciona con la igualdad y la diversidad, un 31,3% (21 encuestados) con el cumplimiento de las leyes y un 4,5 % (3 personas) la vincula a una moda pasajera y una cuestión de imagen.



Gráfico 7. Aspectos con los que relaciona la RSC. Fuente: Elaboración propia

¿A qué ámbito cree que dedican mayor esfuerzo las empresas? De los tres ámbitos que abarca la RSC se quiere conocer a cuál de ellos creen que las empresas dedican un esfuerzo mayor, resultando que 57 personas (85,1%) se inclinan por el económico mientras que 9 (13,4%) por el social y únicamente uno de los encuestados (1,5%) marca el ambiental.

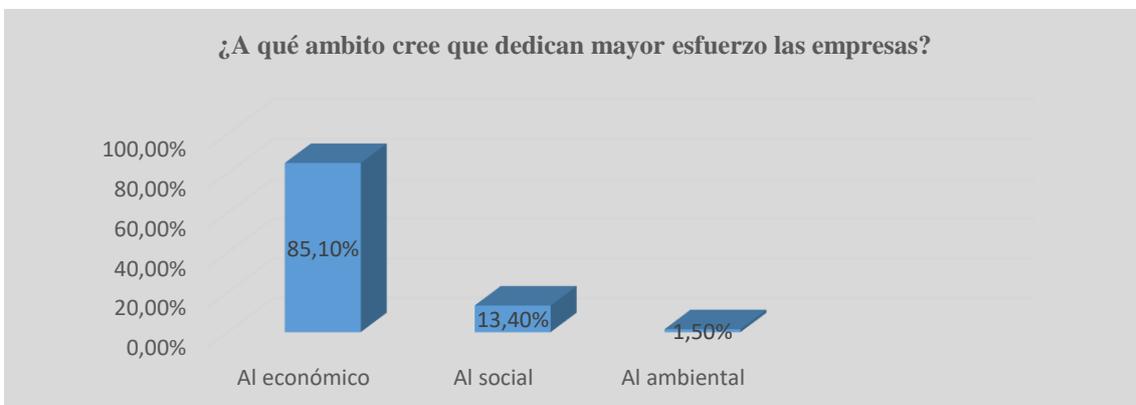


Gráfico 8. Porcentajes relativos al ámbito. Fuente: Elaboración propia

¿A quién considera que le corresponde aplicar la RSC?

En el siguiente gráfico se observa la opinión de los encuestados con respecto a quién consideran que corresponde la aplicación de la RSC, dándose la opción de responder a una, a varias o a todas las alternativas. Que corresponde al Estado lo creen 17 personas (25,4%), a las empresas 18 (26,9%), a las ONGS 2 personas (3%) y marcaron la casilla de a todas las anteriores 41 personas (61,2%)

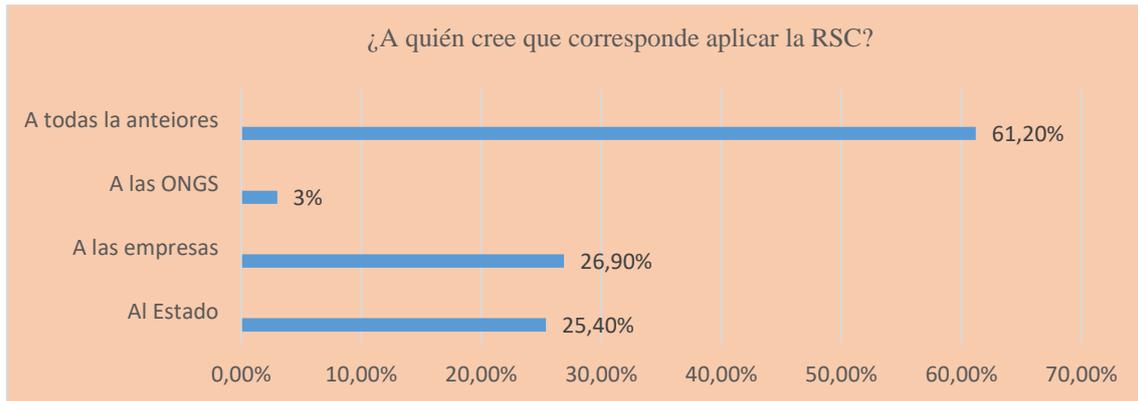


Gráfico 9. Quién debe aplicar la RSC. Fuente: Elaboración propia

A la hora de comprar un producto o contratar un servicio ¿Tiene en cuenta si la empresa es socialmente responsable? Con esta interrogante se pretende conocer hasta qué punto puede repercutir en el consumo si una empresa es socialmente responsable o no, si los ciudadanos tienen en cuenta esta circunstancia a la hora de comprar o no la tienen en consideración. Como se puede ver en el gráfico 11 encuestados (16,4%) responden que si lo tienen en cuenta, 40 (59,7%) contestan que no y 16 (23,9%) no saben.



Gráfico 10. Influencia de la RSC sobre el consumo. Fuente: Elaboración propia

A la hora del consumo ¿Qué factores influyen en su decisión de compra? A este interrogante se le ha dado la posibilidad de marcar una, varias o todas las casillas y el resultado obtenido es que el factor que más influye a 59 personas (89,4%) a la hora de comprar es la calidad, a 50 personas (75,8%) el precio, a 13 (19,7%) el trato de la empresa a sus trabajadores y a 10 (15,2%) la aplicación de políticas de igualdad por parte de la empresa

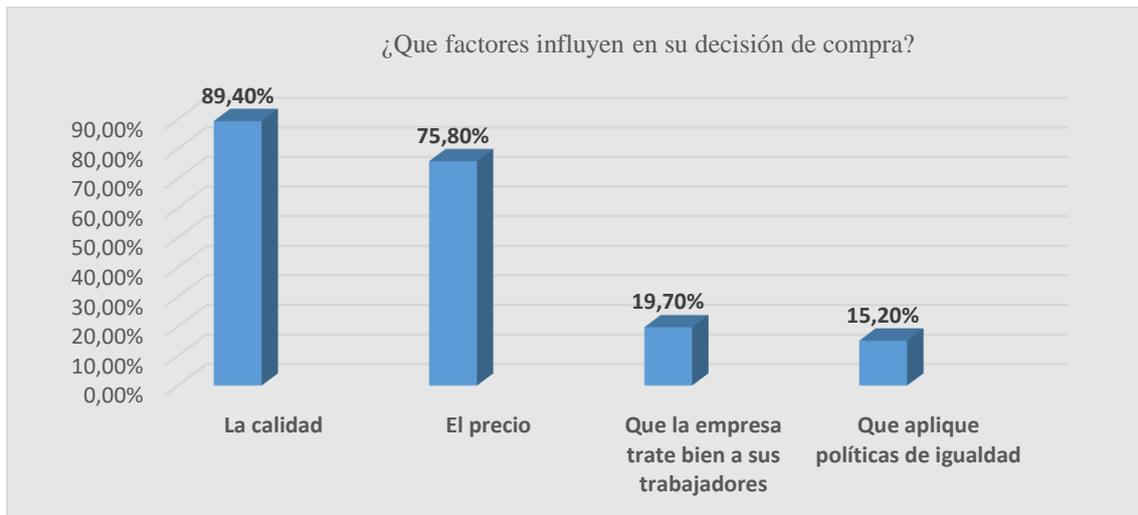


Gráfico 11. Porcentajes de los factores que influyen en la compra. Fuente: Elaboración propia

CONCLUSIONES

Partiendo de la base que la encuesta se ha mandado de forma aleatoria a un número mucho más alto de personas que las que han terminado contestando a la misma (67), la primera conclusión que cabe recabar es que el interés por la RSC es igual para mujeres que para hombres no existiendo ninguna diferencia entre sexos.

Las diferencias en dicho interés si son mayores cuando analizamos los resultados tanto de edad como de nivel de estudios. Aquí cabe destacar que la mayoría de las respuestas provienen de personas con estudios universitarios y con edades comprendidas entre 18 y 25 años, lo que indica que el futuro de la RSC es positivo, al ser las generaciones venideras las que mayor interés y conocimiento tienen de ella. Obviamente el nivel de estudios también es influyente, pero con medidas de mejora en el fomento de la RSC por parte de todos los sujetos implicados debería llegarse en futuras investigaciones a un mayor conocimiento en personas con estudios medios.

En relación al conocimiento de la RSC, ya es una mayoría de personas las que conoce dicho término, casi un 70% de los encuestados, si bien es cierto que el conocimiento de la palabra no preestablece el significado de la misma, ya que más de la mitad de los encuestados dice desconocer realmente lo que significa. Y efectivamente ello es cierto, el concepto suena, pero no termina de concretizarse su significado, la dispersión del resultado de las contestaciones a la pregunta ¿con qué aspectos relaciona la RSC?, lleva a pensar que no hay una homogenización del pensamiento, y más parece que se relaciona con los proyectos sociales que con un beneficio global a las sociedades donde se aplica. Como dato positivo cabe destacar que la RSC ha llegado hace tiempo, pero para quedarse, ya que menos del 5% de los encuestados piensan que solo es una moda pasajera para mejorar la imagen de aquel que la implementa, lo que tiene de positivo que, aunque una gran mayoría dice desconocer realmente lo que significa, si saben lo que no significa.

En otro orden de cosas y ya en relación con los hábitos de uso de la RSC, se puede determinar que el pensamiento común, con más del 60% es que su aplicación debe ser realizada por todos los sujetos implicados en la sociedad, aunque ello no sea óbice para que los usuarios finales no lo tengan en cuenta a la hora de elegir un producto que deriva de empresas que aplican la RSC, algo que es del todo contradictorio, ya que la aplicación y desarrollo de dichas políticas deben ir de la mano de todos, incluyendo a dichos usuarios finales, que si bien es cierto consideran el precio como algo relevante a la hora de comprar un producto (con un 75%), todavía consideran más importante con casi un 90% la calidad de dicho producto.

Hay que hacer hincapié en esto último, ya que, si se vincula la aplicación de la RSC con beneficios para los trabajadores en particular y para la sociedad en general, se debería recalcar que dichos beneficios repercuten positivamente también en los estándares de calidad de los productos y servicios que dichas empresas ponen en el mercado.

Como conclusión final y a la vista de los resultados obtenidos con las respuestas de los encuestados, la labor de difusión y fomento de la Responsabilidad Social Corporativa tanto por parte de las Administraciones Públicas con su regulación e incentivos, como por parte de las empresas que deberían reportar en sus memorias con más sencillez los objetivos marcados, así como los resultados obtenidos, cobra todo su significado.

ENCUESTA SOBRE RSC A EMPLEADOS DE ACCIONA

Una vez analizadas las memorias de sostenibilidad, visto los objetivos de su plan director de sostenibilidad y los logros conseguidos en la consecución de las metas marcadas, se ha considerado interesante conocer la opinión de personas pertenecientes a la plantilla de Acciona para saber cuál es su criterio sobre la RSC en su empresa y para la recogida de datos se ha utilizado un cuestionario anónimo con once preguntas elaborado a través de Google Docs y difundido a través de internet a empleados de diferentes departamentos de Acciona como prevención, calidad, sostenibilidad, recursos humanos, obteniéndose 45 respuestas. El cuestionario se encuentra recogido en el Anexo III

Las preguntas que se han formulado en el cuestionario son las siguientes:

1. Datos personales: Sexo
2. ¿En qué grado considera a Acciona una empresa socialmente responsable?
3. ¿Conoce alguna de las medidas que su empresa realiza en materia de responsabilidad social corporativa?
4. ¿Podría nombrar alguna?
5. ¿Está satisfecho con las medidas de conciliación de la vida laboral y familiar que le ofrece su empresa?
6. Los puestos de responsabilidad los ostentan en mayor medida
Mujeres, hombres, ambos por igual
- 7 ¿Recibe formación en materia de prevención de riesgos y de salud laboral?
- 8 ¿Ha participado en los programas de voluntariado que organiza su empresa?
- 9 ¿Le ofrece su empresa posibilidades de promoción y ascenso?
10. ¿A través de que medio se informa de la RSC en su empresa?
11. ¿Conoce si su empresa destina una parte de sus beneficios a proyectos sociales?

Respecto al sexo de los encuestados un 64,10% (29 personas) han sido mujeres y 16 personas (34,90%), hombres.



Gráfico 12. Sexo de los encuestados de Acciona. Fuente: elaboración propia

En relación a la pregunta en qué grado considera a Acciona una empresa socialmente responsable se ha establecido una escala de valoración de 0 a 10 y el resultado obtenido ha sido el siguiente: Un 4,70% (2 empleados) lo han valorado con un 5, un 11,1% (5 personas) lo han valorado con un 6, un 11,1% (5 trabajadores) lo han puntuado con un 7, un 15,2% (7 personas) han otorgado un 8, un 28,9% (13 empleados) han asignado un 9 y un 28,9% (13 personas) le han dado la valoración máxima, 10 puntos.



Gráfico 13. Nivel de responsabilidad de Acciona. Fuente: Elaboración propia

A la pregunta si conoce alguna de las medidas que Acciona realiza en materia de Responsabilidad Social Corporativa, 38 empleados (86%) han respondido en sentido afirmativo, mientras que 7 (14 %) lo han hecho en sentido negativo.



Gráfico 14. Conocimiento de medidas de RSC. Fuente: Elaboración propia

A la pregunta si puede nombrar alguna de las medidas de RSC de Acciona, no se han dado diferentes opciones, sino que se ha establecido un campo abierto para que cada encuestado contestara lo que quisiera. El resultado ha sido el siguiente:

8 personas han respondido el día del voluntariado; mitigación del cambio climático ha sido la opción de 4 empleados; gestión del impacto social, 3 personas; inclusión de personas con discapacidad y en riesgo de exclusión social, 3 empleados; luz en casa y proyectos para llevar agua y energía a comunidades desfavorecidas ha sido la respuesta de 3 trabajadores; medidas para mejorar el medio ambiente como evitar la emisión de CO2, limitación del uso de plásticos y ahorro de agua y circularidad de residuos, 5 personas; guarderías y horarios de trabajo y desarrollo personal y profesional de los trabajadores, 2 empleados; proyectos sociales, 1 persona; código ético, 1 trabajador; auditorías de RSC a proveedores, 1 persona y compras a centros especiales de empleo, 1 persona.

A la pregunta de si está satisfecho con las medidas de conciliación de la vida personal y laboral que le ofrece Acciona, un 15,6% (7 personas) han respondido que bastante satisfecho, 23 (51,1%) han dicho que están satisfechos, un 28,9% (13 personas) se consideran poco satisfechos y 2 personas (4,4%) nada satisfechos.

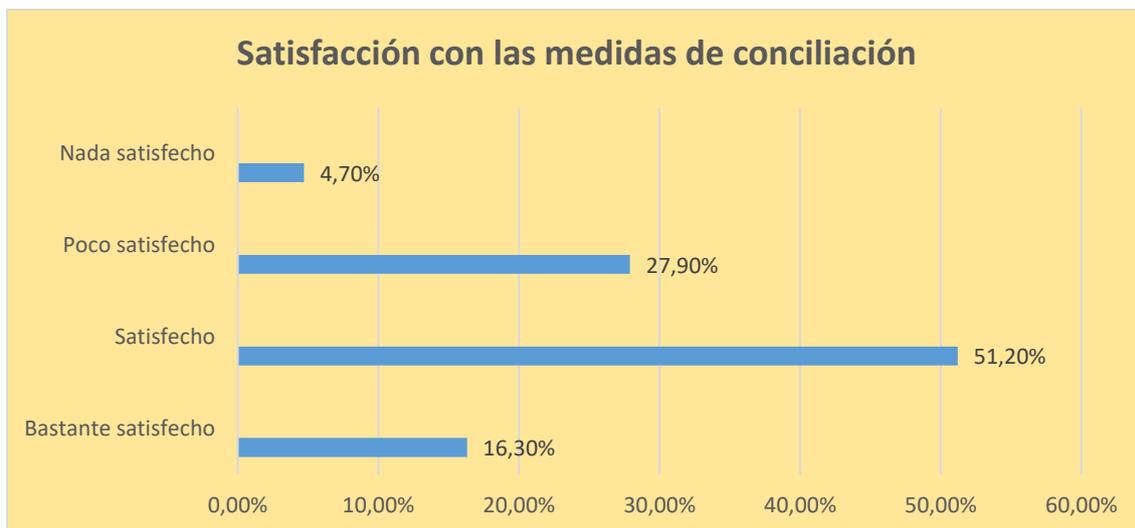


Gráfico 15. Satisfacción con las medidas de conciliación. Fuente: Elaboración propia

Cuando se pregunta quién ostenta en mayor medida los puestos de responsabilidad, hay una abrumadora mayoría (93,3%), 42 personas que cree que los hombres y tan solo un 6,7% (3 personas), han contestado que ambos por igual.

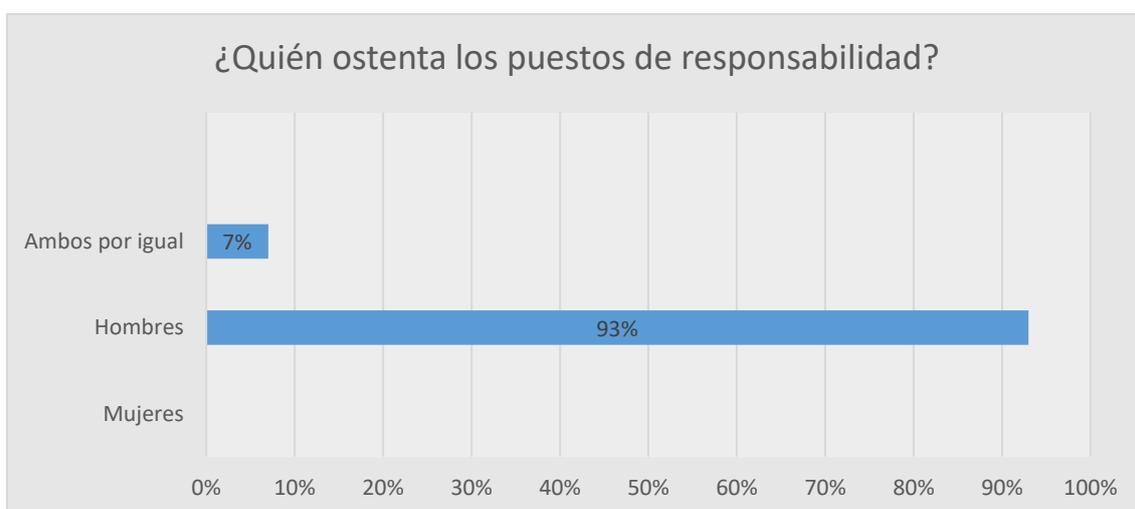


Gráfico 16. Puestos de responsabilidad. Fuente: Elaboración propia

Sobre si reciben formación en materia de prevención de riesgos y salud laboral, un 95,6% (43 empleados) han afirmado recibirla y un 2,2% (1 trabajador), ha respondido que no y otro trabajador (2,2%) que no sabe.



Gráfico 17. Formación en prevención y salud. Fuente: Elaboración propia

Respecto a la participación de los empleados en los programas de voluntariado que organiza Acciona, 28 empleados (62,2%) contesta no haberlo hecho, frente a un 35,6% (16 personas) que responde haber participado y un 2,2% (1 persona), no sabe.



Gráfico 18. Participación en voluntariado. Fuente: Elaboración propia

Al interrogante sobre si Acciona ofrece posibilidades de promoción y ascenso, 24 encuestados (53,3%) respondieron que sí, 31,1% (14 empleados) dijeron no y 15,6% (7 personas) contestaron no saberlo.



Gráfico 19. Posibilidades de promoción y ascenso. Fuente: Elaboración propia

A la hora de responder al interrogante de a través de qué medio se informa sobre la RSC de Acciona, un 50% (23 empleados contestaron que se informan mediante la intranet corporativa, un 23.9% (11 personas) lo hacen por la memoria de sostenibilidad, un 6,5% (3 trabajadores) responden que a través de las redes sociales y un 55.80% que de las tres formas mencionadas.

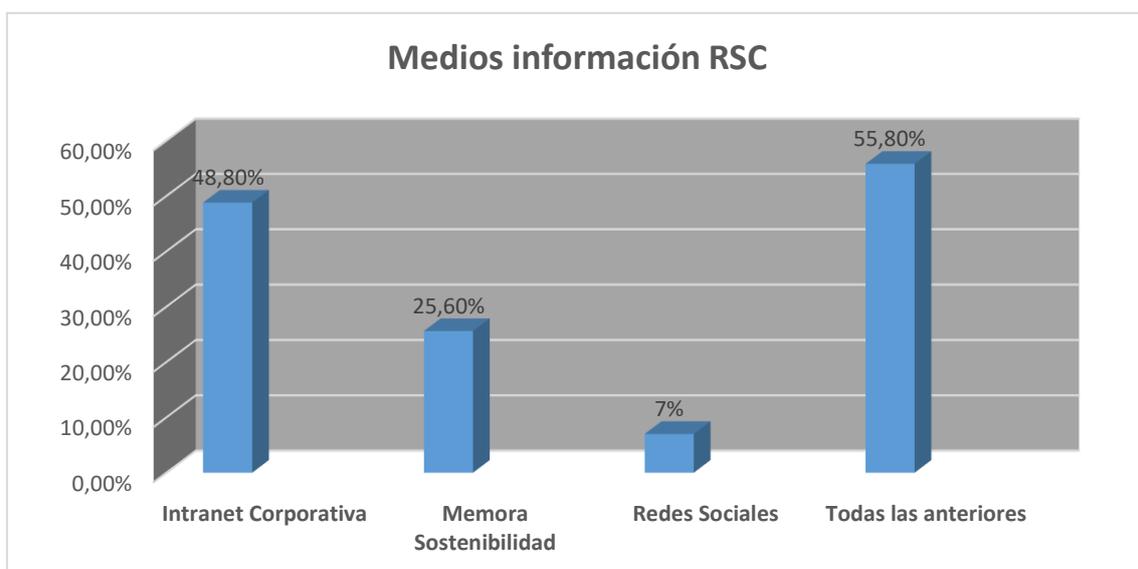


Gráfico 20. Canales de información de la RSC. Fuente: Elaboración propia

Respecto a la última de las preguntas formuladas consistente en si conoce si Acciona destina una parte de sus beneficios a proyectos sociales, la respuesta fue afirmativa por parte de 38 de los encuestados (82,6%), mientras que 3 personas (6,55), negaron saberlo y 5 empleados (10,9%) dijeron desconocerlo.

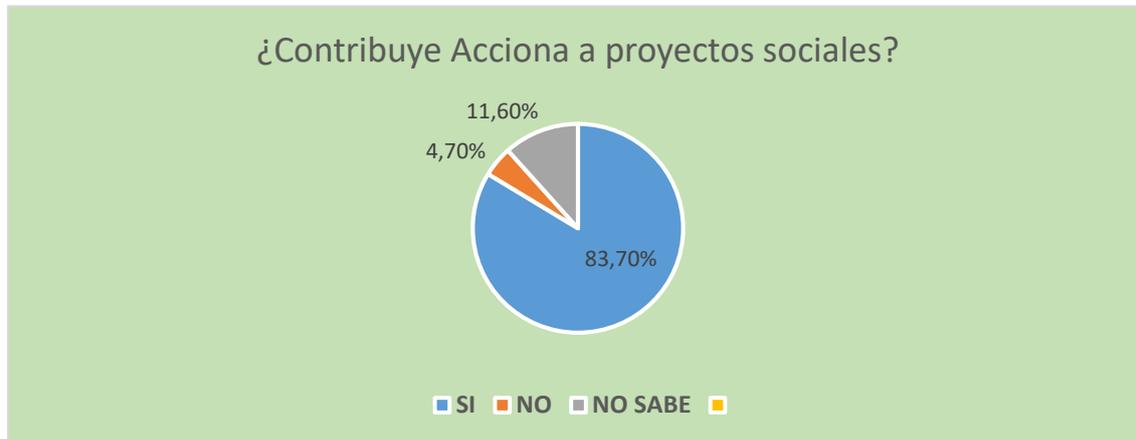


Gráfico 21. Contribución a proyectos sociales. Fuente: Elaboración propia

CONCLUSIONES

A diferencia de la anterior encuesta que tenía como target al público en general, está tiene como objetivo exclusivamente al personal que trabaja en Acciona, empresa a la que se dedica este trabajo.

Lo primero en lo que debemos incidir es que nos hemos encontrado con cierta reticencia a la hora de completar las preguntas por parte del personal, ya que a diferencia de la del público en general la respuesta de los trabajadores ha sido mucho más exigua en relación a número de personas a las que se ha inquirido en un primer momento. Aun insistiendo en que la encuesta era de carácter absolutamente anónima y que su objetivo no era para uso de la organización sino de un trabajo de fin de grado, la respuesta no ha sido masiva, logrando 45 respuestas al cuestionario de las casi 100 enviadas en un primer momento.

Dichas respuestas han sido contestadas en mayor medida por mujeres, casi un 65%, lo que llama la atención dado que la proporción de mujeres dentro de la compañía apenas supera el 30%, lo que implica a simple vista un mayor grado de involucración de las mujeres en la RSC y en la consecución de los objetivos de dicha RSC en su organización. Añadir además que la percepción de dichos encuestados es que los puestos de

responsabilidad de la compañía son ocupados en su mayoría por hombres, a tenor de que el 93% opinan así, pero son las mujeres las que al parecer tienen más interés en el desarrollo de la RSC.

Dejando a un lado la sectorización por sexos, lo que sí se puede concluir con las respuestas recibidas, es que Acciona ha conseguido implementar en la conciencia de sus trabajadores el desarrollo de las acciones de RSC. Dicha afirmación deriva de que la mayoría del personal considera de una manera sobresaliente (entre 9 y 10 puntos, sobre 10) a su empresa como una organización socialmente responsable, contribuyendo a proyectos sociales, y que dicha organización forma de manera óptima a sus empleados en materia de prevención de riesgos y salud laboral. Así mismo, el 85% de los encuestados sí dicen conocer alguna de las medidas de RSC, llamando la atención la atomización de las respuestas dado que hay más de 11 descripciones diferentes de medidas.

Como se ha descrito anteriormente la conciencia de empresa como organización es conocida y valorada muy positivamente por sus propios empleados, pero otra cosa es cuando dicha percepción se intenta trasladar al individuo y a su día a día personal. En este ámbito, dejando a un lado las medidas de conciliación que en su mayoría son percibidas como satisfactorias, el resto, como son las posibilidades de ascenso y promoción, o la participación individual de los empleados en programas de voluntariado, las cifras bajan de manera notable.

A la hora de la comunicación si demuestra transparencia pues hace conocedora de su RSC a sus grupos de interés por diversas vías, tal y como reconocen en sus respuestas los empleados.

En resumen, si bien hay una conciencia empresarial positiva en la aplicación de la RSC, determinada por la propia empresa o derivada de la aplicación obligatoria de leyes que lo hacen inexcusable, no lo es tanto cuando dicha “obligatoriedad” es más laxa y además interviene el aspecto individual de cada empleado, lo que hace determinar que todavía queda un largo recorrido, que pasa por involucrar en mayor medida a las personas que forman parte de las organizaciones, ya que éstas últimas de una manera u otra ya han empezado dicho camino.

- CONCLUSIONES-

A lo largo del presente trabajo sobre la Responsabilidad Social Corporativa se ha podido constatar que es un concepto dinámico que está en constante evolución. Esto conlleva, que se puedan encontrar numerosas definiciones del mismo, sin embargo, en lo que sí parece haber consenso es en la voluntariedad de las organizaciones para su adopción y en que supone asumir una triple responsabilidad: económica, social y ambiental.

La RSC no debe confundirse con otros términos como ética que en ocasiones se emplea como equivalente a RSC, ya que el fundamento de la ética empresarial consiste en el análisis de normas, valores y principios del mundo de la empresa, constituyendo la RSC únicamente una porción de la ética empresarial y tampoco debe equipararse RSC con acción social, ya que ésta es una parte del comportamiento socialmente responsable que la empresa puede llevar a cabo, pero es solo una pequeña parte de la Responsabilidad Social, ni siquiera es la parte esencial.

Las empresas ya no solo tienen como objetivo incrementar sus beneficios, sino que hacen hincapié en cómo se consiguen estos, preocupándose también por tener un comportamiento responsable y transparente y por el impacto que su actividad genera. Además, la sociedad está cada vez más sensibilizada con este tema y demanda ese comportamiento responsable. La RSC está pasando a formar parte de la estrategia de las compañías y de su modelo de negocio y así se pone de manifiesto en el hecho de que varias empresas españolas ocupen los primeros puestos en el ranking de las empresas más responsables.

Aunque el desarrollo de la RSC en España no está todavía al mismo nivel de otros países, las Administraciones Públicas tienen una importante labor que desempeñar a la hora de fomentar, impulsar e incentivar la RSC porque su aplicación por parte de las empresas y organizaciones beneficia a toda la sociedad. Además, Las Administraciones Públicas tienen que aplicar la RSC en las empresas públicas y organismos públicos pues al no tener como objetivo un beneficio económico, a la hora de contratar empresas para la realización de obras o servicios públicos o a la hora de realizar compras, deben hacerlo a empresas responsables, lo que además de suponer un incentivo y un reconocimiento, sirve de

acicate para favorecer la implantación de medidas de RSC en otras empresas u organizaciones.

La concienciación de la RSC a la sociedad debe venir desde arriba. Primero a través del legislador, redactando normas que aunque no sean en un primer momento obligatorias, si sirvan, como he comentado anteriormente para mejorar las posiciones de contratación ante la Administración, como en su día hizo la implementación del sello de calidad de la empresas (enarbolada por AENOR) y que introdujo conceptos como los procesos de mejora continua que fueron reflejados en los índices de productividad de las empresas que los aplicaban.

En segundo término, la Dirección de las empresas, a través de sus Consejos de Administración, directivos y accionistas, ya que sin ellos difícilmente se podrá concienciar a los empleados de dichas organizaciones que la aplicación de la RSC va encaminada a mejorar sus condiciones de trabajo y estilo de vida, teniendo como consecuencia directa la menor rotación de sus puestos de trabajo o una mayor productividad con mejores condiciones laborales.

Si bien es cierto que se va avanzando en la implementación de medidas de RSC en las grandes empresas, no ocurre lo mismo en el caso de las pequeñas y medianas donde todavía es escasa su implantación. Dado que son ellas las que generan más empleo, es por ello más necesario que se ponga el foco sobre las mismas y se constituyan en el centro de atención respecto a su fomento, impulso e incentivación. Ya sea mediante ayudas directas del Estado o través de incentivos a través del Impuesto de Sociedades, hay que lograr que las pequeñas y medianas empresas vean en la aplicación de la RSC un nicho de oportunidades en vez de un mayor coste que no deriva en algo positivo para ellas.

Las empresas responsables además de conseguir una serie de ventajas como una mejor reputación corporativa y un aumento de la competitividad son las que tendrán futuro y sobrevivirán a largo plazo.

Como tercer y último término están los consumidores, también deben ser responsables a la hora de consumir y decantarse por las empresas socialmente responsables y por el contrario no beneficiar a las que no lo son. Se debe concienciar al usuario final, no ya porque redundaría directamente en una mayor calidad del producto o servicio que adquiere, sino que como integrante principal de sociedad, le va a reportar en su día a día un

beneficio progresivo, al fin y al cabo el también forma parte de las organizaciones que aplican o debieran aplicar la RSC.

Del análisis comparativo de las memorias de sostenibilidad de los ejercicios 2016 y 2017 de la empresa Acciona, así como de sus informes integrados, se desprende que a través de sus diferentes líneas de negocio contribuye directamente a la consecución de cuatro objetivos de desarrollo sostenible, se trataría de los ODS referidos al acceso al agua, la energía, las infraestructuras y a la mitigación del cambio climático, y en distinta medida al resto. Examinando los planes directores de sostenibilidad y sus objetivos estratégicos y áreas y contrastando los avances conseguidos, se evidencia una progresión en su consecución, por lo que se puede concluir afirmando que Acciona es una empresa responsable en sus tres vertientes, económica, social y ambiental y así lo certifica el aumento de su presencia en los principales índices de sostenibilidad.

De los datos obtenidos de la encuesta realizada a empleados de Acciona se desprende que la compañía ha conseguido implementar en la conciencia de sus trabajadores el desarrollo de las acciones de RSC, ya que la mayoría del personal considera de una manera sobresaliente (entre 9 y 10 puntos, sobre 10) a su empresa como una organización socialmente responsable y siendo conocedores de muchas de las medidas de RSC que su empresa lleva a cabo.

En definitiva, Acciona pertenece a ese grupo de empresas que tanto en su vertiente directiva como a través de sus empleados, con una intranet muy consolidada, han conseguido hacer suya los beneficios de aplicar la RSC, ahora queda que sean capaces de traspasar dichos beneficios a los usuarios finales y por ende a toda la sociedad.

La implantación de la RSC ha evolucionado de forma considerable y por fortuna cada vez son más las empresas españolas que realizan una gestión responsable y sostenible de su negocio y aunque están cada vez más comprometidas e implicadas en la consecución de los Objetivos de Desarrollo Sostenible como medio para poder afrontar los problemas sociales, ambientales y económicos a los que nos enfrentamos, es necesario que empresas, administraciones públicas y sociedad aúnen esfuerzos y trabajen para seguir avanzando, pues queda todavía mucho camino por recorrer para lograr impactos positivos que redunden en beneficio de la sociedad y conseguir un mundo más sostenible.

BIBLIOGRAFÍA

Acciona. (2018). Informe integrado 2017. 2019, de Acciona Sitio web: <https://www.acciona.com/es/sostenibilidad/>

Acciona. (2018). Memoria de sostenibilidad 2017. 2019, de Acciona Sitio web: https://informeanual2017.acciona.com/download/02_memoria_sostenibilidad/Memoria-Sostenibilidad-2017.PDF

Acciona. (2017). Memoria de sostenibilidad 2016. 2019, de Acciona Sitio web: <http://informeanual2016.acciona.com/d/memoria-de-sostenibilidad.pdf>

Argandoña, A. (2012). ¿Qué es y qué no es la Responsabilidad Social? Diciembre 2018, de IESE Business School Sitio web: <https://media.iese.edu/research/pdfs/OP-0199.pdf>

Brenda Rodríguez López. (2018). Cuando la RSC es real y no cosmética. 2019, de Institute for Advanced Management Sitio web: <https://www.ceuam.com/business-school/cuando-la-responsabilidad-social-corporativa-es-real-y-no-cosmetica--post>

Camacho, I, Fernández, JL, González, R & Miralles, J. (2013.). Ética y Responsabilidad Empresarial. Bilbao: Desclée De Brouwer.

Comisión de las Comunidades Europeas. (2001). Libro Verde. Fomentar un marco europeo para la responsabilidad social de las empresas. Bruselas: Comisión de las Comunidades Europeas.

Corresponsables & DKV. (2018). 20 años de Responsabilidad Social en España. 2018: Corresponsables.

Corresponsables. (febrero 2019). Anuario Corresponsables 2019. Barcelona: Corresponsables.

De la Cuesta, M. y Valor, C. (2003). Responsabilidad social de la empresa. Boletín Ice Económico, 1, 7-20.

De la Cuesta, M y Cueto, C. (2017). La Administración Pública de la Responsabilidad Social Corporativa. Madrid: 3Ciencias Uned.

Forética. (2015). Informe Forética. Sobre el estado de la RSE en España. 2019, de Forética Sitio web: <http://www.forética.org>

Foro Expertos del Ministerio de Trabajo. (2007). Informe del Foro de Expertos en Responsabilidad Social de las Empresas. 2018, de Ministerio de Trabajo, Migraciones y Seguridad Social Sitio web:

http://www.mitramiss.gob.es/es/sec_trabajo/autonomos/economia-soc/RespoSocEmpresas/foro_expertos/index.htm.

García, R. (2007). Responsabilidad Social de la empresa: una aproximación desde la ética empresarial. Madrid: Veritas

González, M. (2009). La comunicación responsable: clave para el fomento de la RSE. Madrid: Dircom.

Inditex. (2018). Memoria anual 2017. 2019, de Inditex Sitio web: https://static.inditex.com/annual_report_2017/assets/pdf/memoria_es.pdf

Mapfre Corporativo. (2018). Informe integrado 2017. 2019, de Mapfre Sitio web: https://www.mapfre.com/corporativo-es/.../2-integrado-mapfre-2017_tcm884-445340.p...

Lizcano, JL. y Moneva, JM. (enero 2004). Marco Conceptual de la RSC. Aeca, 1, 86.

Manos Unidas. (2016). Los orígenes de la RSE. 2018, de Manos Unidas Sitio web: <https://mansunides.org/es/rsc/responsabilidad-social-corporativa/historia-rsc>

Mercadona. (2018). Memoria anual 2017. 2019, de Mercadona Sitio web: <https://info.mercadona.es/document/es/mercadona-memoria-anual-2017.pdf>

Merco. (2019). Las empresas más responsables y con mejor gobierno corporativo. 2019, de Merco Sitio web: <http://www.merco.info/es/>

Ministerio de Trabajo, Migraciones y Seguridad Social. (2014). Estrategia española de Responsabilidad Social de las Empresas. 2019, de Ministerio de Trabajo, Migraciones y Seguridad Social Sitio web: <http://www.mitramiss.gob.es/es/rse/eerse/index.htm>

Naciones Unidas. (2017). Objetivos de Desarrollo Sostenible. 2019, de Naciones Unidas Sitio web: <https://www.un.org/sustainabledevelopment/es/>.

Observatorio de RSC. (2014). Introducción a la RSC. Madrid: Observatorio de RSC.

Observatorio de RSC. (2014). Las políticas públicas en torno a la RSC. Madrid: Observatorio de RSC.

Once. (2018). Memoria RSC Once 2017. 2019, de Once Sitio web: <https://www.once.es/.../en...rsc/MemoriaRSCONCE2017accesible.pdf/download>

Santander. (2018). Informe de sostenibilidad 2017. 2019, de Santander Sitio web: https://www.santander.com/cs/gs/Satellite/.../es_ES/.../Santander-y-la.../

Repsol. (2018). Informe de gestión integrado 2017. 2019, de Repsol Sitio web:
https://www.repsol.com/imagenes/.../Informe_gestion_integrado_2017_tcm13-123306.p

Telefónica. (2019). Informe integrado 2017. 2019, de Telefónica Sitio web:
<https://www.telefonica.com/web/negocio-responsable/informe-2017>

Universidad de Murcia. (2019). Normativa sobre RSC. 2019, de Cátedra de RSC Sitio web: <https://www.um.es/web/catedrarsc/contenido/normativa>

/

ANEXO I

ENTREVISTA REALIZADA A GERENTE DE SOSTENIBILIDAD DE ACCIONA.

¿Cuál considera que es la situación actual de la Responsabilidad Social Corporativa en nuestro país y sus principales barreras y desafíos de futuro?

“Cono enfoque general creo que en España nos hemos centrado más en el reporting y no tanto en el desempeño. Dentro de la RSC tenemos bastantes desafíos respecto a la diversidad e inclusión, con el tema de descarbonización de la energía tenemos también un reto importante, y creo que dentro de España las empresas que operamos en entornos internacionales, entender los entornos locales, las comunidades en las que operamos”.

¿Considera que Acciona tiene alguna asignatura pendiente y si es así cuál sería?

“En Acciona operamos la gran mayoría de las veces a través de nuestra división en infraestructuras, al final somos subcontratas, trabajamos en Unión Temporal de Empresas con socios y muchas veces no somos dueños ni promotores de los proyectos que desarrollamos, en lo que tiene que ver con construcción, operación y mantenimiento para un cliente tercero. Ahí tenemos un desafío bastante importante que es poder implantar nuestras políticas, incluso nuestros objetivos que tienen que ver con responsabilidad social corporativa en instalaciones en las que a veces tenemos una mayoría societaria, otras veces no, pero tenemos que estar al final alineados tanto con lo que el cliente como nuestro socio requiere y uno de los retos principales es trasladar la sostenibilidad a nivel centro. Tenemos un plan director de sostenibilidad bien armado a nivel corporativo que hemos ido trasladando en las diferentes divisiones del negocio, pero que no siempre se entiende o no siempre se implanta tan bien a nivel instalación en muchos casos”.

¿De qué forma enfoca Acciona la comunicación en RSC?

“Depende mucho del grupo de interés al que quieras comunicar porque no es lo mismo la comunicación con proveedores, a los analistas e inversores, qué a las comunidades locales, que a tus empleados. Si es con empleados nuestra intranet corporativa, si es a inversores, analistas de sostenibilidad, memoria de sostenibilidad, informe integrado, cuentas anuales, le web, pero yo creo que sobre todo mucho Road Shows específicos. Con proveedores lo mismo, aprovechar cada interlocución que se tiene con el proveedor desde una nueva licitación o contrato hasta la formulación del contrato o

trabajar mediante estos proveedores provisionan servicios o productos, aprovechar para lanzar esos mensajes de responsabilidad social corporativa. Con comunidades locales al final al estar muy pegados a nuestros proyectos, tienen que ser entrevistas, grupos de trabajo, folletos, incluso un punto de información en cada una de las instalaciones para atender las quejas y sugerencias de las comunidades, en definitiva, depende mucho del grupo de interés que tengas delante”.

¿Crees que se han cumplido las expectativas que se marcaron como objetivos para 2018?

“Tenemos un plan director de cinco años que es la segunda edición, sería el segundo plan que tenemos y estaríamos en el ecuador de ese segundo plan. Hay unos objetivos a cinco años y unos objetivos anuales en medio ambiente, cambio climático, sociedad, cadena de valor, buen gobierno e innovación. En 2018 te diría que se han cumplido al 100% y en muchos casos se han superado algunos objetivos. En cuanto a puntos un poco más débiles que se están trabajando muy duramente en 2019, sería nuestra evaluación de sg de terceras partes, pero más allá de cadena de suministro, de socios y de clientes y nos queda todavía ahondar un poco más en los procesos de derechos humanos”.

¿Crees que la sociedad valora suficientemente a las empresas responsables?

“Creo que la sociedad se pierde un poco en este tema, que está muy manido el concepto de RSC o sostenibilidad. Se ha hecho mucho uso de social washing, y al final la sociedad no sabe muy bien discriminar una empresa que realmente apuesta por una responsabilidad empresarial de una que no. La sociedad lo valora, pero no es capaz de discriminar quien es realmente responsable y quién no”.

¿Qué beneficios le reporta a Acciona ser una empresa responsable?

“Además de la elegibilidad ante inversores institucionales o privados que efectivamente ellos tienen otras herramientas para discriminar el desempeño en sostenibilidad o RSC, beneficios yo creo que directos a nivel cliente, refuerzo de marca, reputación, incluso cada vez tiene más peso en contratos de calificaciones, licitaciones, ofertas, los temas de sostenibilidad, aunque no tanto como los precios o las soluciones técnicas que todavía tienen más peso, pero cada vez puntúa más tener políticas o programas desarrollados u objetivos relacionados con sostenibilidad. Diría que como beneficios por una parte negocio y por otra reputación y están muy relacionados ambos”.

De todos los premios y reconocimientos que ha recibido Acciona por su RSC, ¿De cuál se sientes más orgullosos?

“Aparte de los premios de Global Water Intelligence y de Energy Intelligence, destacaría tres: el Global 100 Most Sustainable Corporations en el que no tienes que rellenar ningún portfolio, se estudian y si estás dentro de las 100 empresas más sostenibles del mundo

estás ahí o, si no, no estás, en el que Acciona ocupa el puesto 68 de 7.500 compañías y en el que destaca por vincular su modelo de negocio a la economía verde, yo diría que ese es bastante remarcable, y ocurriría algo parecido con el de Thomson Reuters sobre diversidad e inclusión en el entorno laboral y el CDP Europe por su gestión sostenible del agua”.

ANEXO II

CUESTIONARIO SOBRE EL GRADO DE CONOCIMIENTO DE LA RSC

1. Datos personales: Sexo

- Hombre
- Mujer

2. ¿En cuál de estos tramos de edad se encuentra?

- Entre 18-25 años
- Entre 26-35 años
- Entre 36-55 años
- Entre 56-70 años

3. ¿Cuál es su nivel de estudios?

- Primarios
- Educación secundaria
- Bachiller Superior
- Estudios Universitarios

4. ¿Ha oído alguna vez el término Responsabilidad Social Corporativa?

- Si
- No
- No sabe

5. ¿Conoce realmente lo que significa?

- Si
- No
- No sabe

6. ¿Con qué aspectos relaciona la Responsabilidad Social Corporativa?

- Con la igualdad y la diversidad

- Con una moda pasajera y una cuestión de imagen
- Contribución a proyectos sociales
- Con el cumplimiento de las leyes
- Con la protección del medio ambiente

Otro:

7. ¿A qué ámbito cree que dedican mayor esfuerzo las empresas?

- Al económico
- Al social
- Al ambiental

8. ¿A quién considera que le corresponde aplicar la Responsabilidad Corporativa?

- Al Estado
- A las empresas
- A las ONGS
- A todas las anteriores

9. ¿A la hora de comprar un producto o contratar un servicio tiene en cuenta si la empresa es socialmente responsable?

- Si
- No
- No sabe

10. A la hora del consumo, ¿Qué factores influyen en su decisión de compra?

- La calidad
- El precio
- Que la empresa trate bien a sus trabajadores
- Que aplique políticas de igualdad

Otro:

ANEXO III

CUESTIONARIO SOBRE LA RSC EN ACCIONA

Datos personales: Sexo

Hombre

Mujer

1. ¿Considera a Acciona una empresa socialmente responsable?

Sí

No

No sabe

2. ¿En qué grado considera a Acciona una empresa socialmente responsable?

Muy poco

Comprometida 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10 Totalmente comprometida

3. Como empleado de Acciona ¿Conoce alguna de las medidas que su empresa realiza en materia de responsabilidad social corporativa? ¿Puede nombrar alguna de esas medidas?

Sí

No

No conoce ninguna

4. ¿Podría nombrar alguna?

5. ¿Está satisfecho con las medidas de conciliación de la vida laboral y familiar que le ofrece su empresa?

Bastante satisfecho

Satisfecho

Poco satisfecho

Nada satisfecho

6. Los puestos de responsabilidad los ostentan en mayor medida

- Mujeres
- Hombres
- Ambos por igual

7. ¿Recibe formación en materia de prevención de riesgos y de salud laboral?

- Si
- No
- No sabe

8. ¿Ha participado en los programas de voluntariado que organiza su empresa?

- Si
- No
- No sabe

9. ¿Le ofrece su empresa posibilidades de promoción y ascenso?

- Sí
- No
- No sabe

10. ¿A través de que medio se informa de la RSC en su empresa?

- Intranet corporativa
- Memoria de sostenibilidad
- Redes sociales
- Todos los anteriores

11. ¿Conoce si su empresa destina una parte de sus beneficios a proyectos sociales?

- Si
- No
- No sabe