



Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales

RESPONSABILIDAD SOCIAL CORPORATIVA (RSC) DE LAS GRANDES COMERCIALIZADORAS ENRGÉTICAS ESPAÑOLAS

Autor: Javier Sánchez Alcaide
Director: Raúl González Fabre

MADRID | Junio, 2019

Resumen

El presente trabajo analiza las prácticas de Responsabilidad Social Corporativa (RSC) para las principales comercializadoras energéticas españolas tomando como ejemplos Endesa, Iberdrola y Naturgy. Para ello, se realiza una revisión de la historia del concepto de RSC, así como sus teorías más desarrolladas en el entorno empresarial actual. Seguidamente, se describe cómo funciona el mercado eléctrico español explicando qué aspectos se consideran para realizar el análisis de las grandes comercializadoras eléctricas en el mercado nacional. Mediante este estudio, se argumenta la relevancia que tienen las prácticas de RSC en la actualidad empresarial, pero, sobre todo, se explica la importancia que tiene llevar cabo acciones de RSC íntegras en los objetivos a corto plazo de las empresas y en las estrategias a largo plazo. Mediante la revisión de los informes de sostenibilidad anuales del año 2018 de las compañías anteriormente mencionadas se persigue identificar los aspectos más importantes y significativos en términos de RSC las empresas mencionadas. Finalmente, se comparan las compañías entre sí para identificar los rasgos que tiene en común y las diferencias más destacadas con el fin de poder identificar cual es la situación del sector eléctrico en España en términos de RSC.

Palabras clave: Responsabilidad Social Corporativa, Responsabilidad Social Empresarial, estrategia, mercado energético, *stakeholders*, sostenibilidad.

Abstract

This paper analyses Corporate Social Responsibility (CSR) practices in the main Spanish energy retailers, Endesa, Iberdrola and Naturgy. To this end, a review of the history of the concept of CSR is carried out, as well as its most developed theories in the current business environment. Then, it describes how the electricity market works in Spain and explains what aspects are considered to carry out the analysis of the large electricity trading companies in Spain. This study also argues the relevance of CSR practices in business today, but, above all, explains the importance of carrying out CSR actions integrated into the short-term objectives of companies and long-term strategies. By reviewing the 2018 sustainability annual reports of these companies, the aim is to achieve the main objective of this work, which is to identify the aspects that are most important in terms of CSR for the

companies mentioned. A comparison is made between the companies in order to identify the features they have in common and the most outstanding differences to be able to identify the situation of the electricity sector in Spain in terms of CSR.

Keywords: Corporate Social Responsibility, Corporate Social Responsibility, strategy, energy market, stakeholders, sustainability.

ÍNDICE

1.	INTRODUCCIÓN Y OBJETIVOS DEL PROYECTO.....	8
1.1.	INTRODUCCIÓN.....	8
1.2.	OBJETIVOS.....	9
1.3.	METODOLOGÍA.....	9
1.4.	DESARROLLO.....	10
2.	ANÁLISIS DE LA RSC EN LA EMPRESAS.....	12
2.1.	HISTORIA DEL CONCEPTO DE RSC.....	12
2.2.	¿QUÉ ES LA RESPONSABILIDAD SOCIAL CORPORATIVA?.....	18
2.3.	RSC EN ESPAÑA Y EUROPA.....	21
2.3.1.	ÁMBITO NACIONAL.....	21
2.3.2.	ÁMBITO EUROPEO.....	27
2.4.	CONCEPTO DE LA RSC.....	31
3.	VISIÓN GENERAL DEL MERCADO ELÉCTRICO ESPAÑOL.....	36
4.	ANÁLISIS DE LA RSC DE LAS ELÉCTRICAS.....	40
4.1.	RSC EN ENDESA.....	40
4.2.	RSC EN IBERDROLA.....	45
4.3.	RSC EN NATURGY.....	49
5.	CONCLUSIONES.....	54
6.	BIBLIOGRAFÍA FINAL.....	57

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1. La pirámide de Carroll sobre la RSC.....	14
Figura 2. Esquema para la aplicación de Corporate Citizenship.....	17
Figura 3. Entidades base de la RSC privadas españolas.....	24
Figura 4. Objetivos Estrategia Europa 2020.....	31
Figura 5. Comparativa de la calidad de las memorias de RSC entre países.....	35
Figura 6. Cobertura de la demanda eléctrica peninsular 2018.....	36
Figura 7. Esquema del sistema eléctrico.....	37
Figura 8. Áreas de actuación principales distribuidoras.....	37
Figura 9. Tipos de generación de energía.....	41
Figura 10. El proceso de identificación de los asuntos prioritarios de Endesa.....	42
Figura 11. Esquema del PES 2018-2020.....	44
Figura 12. Producción neta de energía por tipo de tecnología.....	46
Figura 13. Objetivos y principios de la Política de relaciones con los Grupos de interés.....	48
Figura 14. Mix energético de Naturgy.....	49
Figura 15. Distribución energías renovables.....	49
Figura 16. Grupos de interés de Naturgy.....	50
Figura 17. Salario medio de hombres y mujeres por categoría profesional en España..	51
Figura 18. Distribución de por tipo de acción de los fondos.....	52

SIGLAS Y ACRÓNIMOS

RSC	Responsabilidad Social Corporativa
RSE	Responsabilidad Social Empresarial
CNMC	Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia
UE	Unión Europea
ILO	International Labour Organization
CCE	Comisión de las Comunidades europeas
ONU	Organización de las Naciones Unidas
OCDE	Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos
OIT	Organización Internacional del Trabajo
ONG	Organización no gubernamental
PIB	Producto Interior Bruto
ISO	International Organization for Standardization
LRQA	Lloyd's Register Quality Assurance
PYME	Pequeña y mediana empresa
I+D	Investigación y desarrollo
MVA	Megavoltiamperio
EDP	Energías de Portugal
TWh	Teravatio-hora
MWh	Megavatio-hora
EBITDA	Earnings Before Interest, Tax, Depreciation and Amortization
ODS	Objetivos de Desarrollo Sostenible

1. INTRODUCCIÓN Y OBJETIVOS DEL PROYECTO

1.1.INTRODUCCIÓN

Las empresas buscan a través de su actividad alcanzar su fin último, que es la maximización de beneficios, actuando de acuerdo a la ley. La sociedad cada vez demanda más responsabilidades a las empresas, más allá de ofrecer un producto o servicio de calidad a un precio competitivo. Por ello, las compañías buscan adaptarse a estos cambios e intentar satisfacer las necesidades de sus grupos de interés.

En la actualidad, hay una tendencia de observar detenidamente todas las actuaciones y procesos que llevan a cabo las empresas y es por ello que una de las consecuencias más destacables es que las compañías multinacionales incorporan políticas de responsabilidad social en sus estrategias aumentando la creación de valor.

Es ya una clara certeza que la sociedad en los últimos tiempos está depositando cada vez más responsabilidad en las empresas, al demandar que contribuyan y se involucren en problemáticas y conflictos sociales actuales, como, por ejemplo, participando en la lucha por un mundo sostenible con los recursos suficientes para las próximas generaciones.

La RSC es un término amplio y difícil de concretar pues se aplica en multitud de situaciones aumentando su grado de aceptación en el mundo empresarial. Esto se ve manifestado en cómo las empresas abordan este tema desde distintos puntos de vista.

En el sector eléctrico español, tradicionalmente ha existido un dominio por parte de las corporaciones que controlaban el mercado Endesa, Iberdrola, Naturgy, Hidroeléctrica del Cantábrico y Viesgo, acercándose a un oligopolio. Tras la incorporación de un proceso de cambio, comenzando con la Ley 54/1997, por la cual el sector eléctrico quedaba liberalizado de la intervención estatal, la situación ha ido evolucionado hasta la actualidad, dando lugar a la aparición de nuevas empresas en el sector, aunque el dominio de las grandes sigue mandando en el mercado. Ante esta situación las eléctricas líderes del mercado buscan mantener la reputación de liderazgo en el sector ateniendo, entre multitud de aspectos, a las demandas sociales, entre ellas la RSC.

Con la realización de este trabajo se analizará cómo influye esta situación en las actividades empresariales de las empresas dominantes del sector eléctrico, abordando los desafíos que se pueden encontrar y cómo reacciona estas.

1.2.OBJETIVOS

El objetivo principal de este proyecto es el estudio, análisis y comparación de las distintas prácticas de Responsabilidad Social Corporativa en las principales comercializadoras eléctricas de España. En este estudio se buscará la comprensión de los impactos sociales, ambientales y económicos que tienen los gigantes del sector eléctrico en España.

Se realizará esta investigación para ver qué conceptos de RSC subyacen en las memorias de las empresas a analizar, esto es, aquellas que dicen ellas sostener y ver así que reportan y ver a qué concepto de RSC corresponde.

Uno de los objetivos secundarios de este trabajo es explicar, a través del análisis de estas prácticas, por qué este concepto está adquiriendo una importancia relevante en las decisiones claves que toman los directivos de cara a mejorar el rendimiento de las empresas. Además de las regulaciones nacionales ya existentes, la aparición de nuevas tendencias y estándares internacionales de RSC, se está impulsando a los gobiernos de las empresas multinacionales a adaptarse a las exigencias sociales. No obstante, es un proceso que ya lleva años implementándose pero que todavía queda mucho por realizar.

1.3.METODOLOGÍA

Al haber en España más de 250 comercializadoras eléctricas (CNMC, s.f.), resultaría complicado estudiar las estrategias de todas sobre la RSC, por consecuencia nos centraremos en el estudio de la RSC en las tres principales compañías del sector: Endesa, Iberdrola y Naturgy. Estas son las empresas más importantes del mercado teniendo en cuenta su ponderación en el IBEX 35 y que controlan en conjunto el 96,3% del mercado regulado eléctrico. Además, en el 2018, solo ocho valores del IBEX 35 consiguieron acabar el año con crecimiento en comparación con la caída del 15% del principal índice bursátil español. Endesa lidera esta lista con una subida del 10%, seguida de Naturgy con un 8% e Iberdrola subiendo un 7% (EFE, 2018). Red Eléctrica Española es también una

de las empresas dominantes del sector, pero se ha descartado en este proyecto debido a la gran participación (20%) que tiene el Estado en el accionariado.

Se utilizará principalmente la información en los informes de sostenibilidad, apoyado de sus cuentas anuales y sus páginas web. Esta información se ordenará, se estudiará y se expondrán las conclusiones más relevantes derivadas de este análisis.

A lo largo de este trabajo nos referiremos al mercado en el que operan estas empresas, como mercado energético o como mercado eléctrico. Además, para mencionar a estas empresas, se tratarán como empresas eléctricas y energéticas, sin distinción alguna entre ambos conceptos, ya que las tres compañías participan en varias etapas del proceso energético, otorgando las etiquetas de eléctricas y energéticas.

1.4.DESARROLLO

El capítulo 1 consta de una introducción donde se define la motivación por la cual se ha elegido el tema en cuestión. Después se presentan los objetivos a alcanzar que marcarán el desarrollo del trabajo, estudiando y comparando diversas fuentes de información, así como la metodología que se seguirá para alcanzar la conclusión final.

En el capítulo 2, que se divide en varios apartados, se hace una revisión de la historia de la RSC para poder comprender bien el concepto y cuales son las causas de su evolución hasta la actualidad. Además, se realiza un estudio de las distintas corrientes y pensamientos que hay sobre la RSC en el mundo empresarial. Acto seguido, se expone cuál es la situación actual en torno a la RSC a nivel europeo y nacional. Seguidamente, con toda la información recopilada de los apartados previos, se explica qué concepto se usará para el posterior análisis.

En el capítulo 3 se pone en contexto la situación actual del mercado eléctrico español, explicando cómo es su sistema y los principales datos e información sobre este.

En el capítulo 4 se procede a realizar el análisis de las prácticas de RSC en las empresas eléctricas, Endesa, Iberdrola y Naturgy, en base a toda la información aportada en los apartados previos.

En el capítulo 5, se expone las conclusiones que se han obtenido tras la relación del trabajo, donde se responderá a los objetivos marcados, para poder dar a entender cuál es la situación de estas tres empresas en términos de RSC.

2. ANÁLISIS DE LA RSC EN LA EMPRESAS

2.1.HISTORIA DEL CONCEPTO DE RSC

La Organización Internacional del Trabajo define RSC como “el reflejo de la manera en que las empresas toman en consideración las repercusiones que tienen sus actividades sobre la sociedad, y en la que afirman los principios y valores por los que se rigen, tanto en sus propios métodos y procesos internos como en su relación con los demás actores” (ILO, 2006). Como se ha comentado anteriormente, este concepto está relacionado a la empresa de diversas maneras, pero para entender mejor esta relación, debe hacerse un pequeño estudio previo de la historia de la RSC.

En los años 50 en Estados Unidos se analizó por primera vez el impacto de las empresas en los ciudadanos. Howard R. Bowen, conocido por ser el padre de la RSC, a través de su obra “*Social Responsibilities of the Businessman*” recogió diversos pensamientos de la época para elaborar un concepto nuevo del papel de las empresas más allá de ofrecer un producto o servicio, es decir, devolver a la sociedad lo que la empresa había recibido de esta. Desarrolló un concepto de RSC nuevo en la época, cuya intención principal era introducirlo en la dirección empresarial, y por consecuencia, comenzar a medir el impacto que generaba la empresa en la vida de los trabajadores y de las comunidades, algo que nunca se había planteado antes en las corporaciones (Kolb, 2008).

En los años 70 es cuando el concepto de RSC comienza a coger forma impulsado por las distintas revoluciones sociales que empiezan a surgir en Estados Unidos, por lo que los empresarios buscan adaptarse y comienzan a hacerle caso a este tema. El CED (Committee for Economic Development) a través de “*Social Responsibilities of Business Corporations*” penetró en el tema, alegando que la empresa tiene como propósito, a través de sus actividades servir a la sociedad. Siguiendo la línea que planteó Howard R. Bowen en la década de los 50, apoyaba la idea de que la empresa tiene que ir más allá de ofrecer sus productos o servicios. Una idea que no fue bien acogida en esos tiempos puesto que se consideraba como un pensamiento demasiado optimista, dado que la empresa siempre se había concebido como un órgano que simplemente maximiza beneficios y que ya aportaba a la sociedad suficiente con el pago de impuestos, respeto de las leyes y ofreciendo empleo.

Archie B. Carroll desarrolló “A Three-Dimensional Conceptual Model of Corporate Performance”, donde argumentaba que el desempeño social de las empresas requiere que se evalúen las responsabilidades sociales de la empresa, identificando las cuestiones que deben abordarse y que se elija una filosofía de respuesta. Carroll vio que todos los pensamientos que habían surgido en el entorno empresarial hasta entonces argumentaban que la responsabilidad de la empresa era obtener ganancias cumpliendo la ley. En consecuencia, desarrolló su idea centrándose en que la empresa debe ir más allá del cumplimiento de la ley para ser socialmente responsable, concepto que se parece más al adoptado hoy en día. Para ello desarrolló la teoría de la pirámide donde destaca cuatro tipos de responsabilidades sociales, colocadas en orden según su importancia, siendo la base la más importante ya que partir de esta se construye el resto (Figura 1). Los cuatro tipos son (Carroll, 1979):

- Responsabilidades económicas: la producción de bienes y servicios atendiendo a las necesidades y demandas de la sociedad, obteniendo un beneficio económico por ello. Es el elemento esencial de la empresa, puesto que es el núcleo de la actividad empresarial y de ella se derivan el resto de las acciones.
- Responsabilidades legales: cumplimiento de la ley y de las regulaciones gubernamentales.
- Responsabilidades éticas: actuar de acuerdo a lo correcto y justo a través de la profesionalidad, la integridad y el cumplimiento del secreto profesional, entre otros.
- Responsabilidades filantrópicas: participación en actividades sociales que promuevan el bien común. A diferencia de las responsabilidades del apartado anterior, las responsabilidades filantrópicas no se realizan para atender a las necesidades de los aspectos éticos que demanda la sociedad, sino que estas se realizan de forma voluntaria, aunque la sociedad siempre tendrá la expectativa de que la empresa las realice.

Figura 1. La pirámide de Carroll sobre la RSC



Fuente: rseuniagustiniana.com

Para desarrollar un marco conceptual de actuación sobre la responsabilidad social de la empresa, las compañías no solo deben tener en cuenta las cuatro responsabilidades mencionadas anteriormente, sino que, además, hay que identificar las cuestiones sociales y temáticas a las que estas responsabilidades están vinculadas (Carroll, 1979). Esto se deriva en la integración de las necesidades sociales en las prácticas de RSC.

Ya entrada la década de los 90, comenzaron a desarrollarse las primeras teorías más destacadas sobre la RSC. Aparecieron dos teorías muy dispares entre sí y que su comparación se alarga hasta el día de hoy, donde ambas se ven reflejadas en las prácticas empresariales. Estas dos teorías son la “*Shareholder Theory*” de Milton Friedman y la “*Stakeholder Theory*” de R. Edward Freeman.

Friedman defendía: “La responsabilidad social de los empresarios es incrementar sus ganancias” (Krause, 2014). Se ha comentado anteriormente que la empresa debe tener en cuenta las necesidades y exigencias de los distintos grupos de interés (*stakeholders*) y actuar según estas. En este caso, Friedman asegura que la empresa solo tiene que ser responsable en el ámbito social con los accionistas, dejando de lado la responsabilidad social para la sociedad y otros grupos de interés (Sabogal, 2008). Siguiendo la pirámide de Carroll, Friedman solo acepta los dos primeros escalones, es decir, las

responsabilidades económicas y las responsabilidades legales. La empresa debe centrarse en generar riqueza para los accionistas dentro del marco legal en el que se encuentre. Defiende su teoría en el modo en que, cuando la empresa se centra en la sociedad, sin focalizar su actividad en maximizar beneficios, percibe tanta presión por parte de los *stakeholders* que no se centran en crear riqueza. Según Friedman, maximizar la actuación económica de la empresa es la función que más beneficia a la sociedad. No alcanzar la máxima eficiencia posible y por consecuencia no conseguir cumplir su objetivo principal, se alejaría de seguir la racionalidad económica de la empresa (Melé, 2007). Además, las empresas solo tienen una responsabilidad social: utilizar sus recursos y realizar sus actividades empresariales para obtener beneficios, respetando la competencia abierta y libre sin engaño ni fraude, cumpliendo las obligaciones morales que el entorno en el que se encuentra le impone. Una de las ideas más destacadas de su teoría es la separación de la empresa como “persona artificial” y de las personas que trabajan en la empresa, siendo las segundas las que tiene que actuar de forma socialmente responsable.

Sin embargo, esta teoría ha sido criticada en numerosas ocasiones. Para una empresa crear riqueza es importante, pero no es suficiente para conseguir una buena aportación a la sociedad. Las empresas pueden respetar la competencia libre, pero a su vez deteriorando el medioambiente, agotando recursos naturales o mermando la convivencia social. Friedman hace hincapié en tratar a la empresa siempre desde la racionalidad económica, siendo esta solo un parte de la totalidad de la racionalidad humana (aspectos éticos y sociales) (Melé, 2007).

Por otro lado, Freeman a través de su obra “*Strategic Management: A Stakeholder Approach*” en 1983 adopta una postura basada en los grupos de interés o todos aquellos que se vean afectados por la actividad de la empresa (empleados, accionistas, proveedores, clientes y consumidores) dejando así de lado la focalización exclusiva en los accionistas. Cambia el esquema, para verlo desde un punto de vista distinto al planteado por Carroll.

La empresa deja de ser un concepto que gira en torno solo a un grupo, al de los accionistas. Freeman defiende que esta debe de ser administrada desde un punto de vista plural, donde se tiene en cuenta numerosas partes (*stakeholders*), incluyendo a aquellos que invierten su capital en la compañía (accionistas) y aquellos que se ven afectados por su actividad.

A través de esta teoría, Freeman propone que la empresa, para poder gestionar la responsabilidad, debe de entender las necesidades de todos los grupos de interés y a partir de ahí, ver cómo puede satisfacer a todos ellos, ver qué valores son comunes entre todos los *stakeholders* (González, 2007). Una vez comprendido y asentado esto, la compañía desarrolla una estrategia para conseguir que los intereses individuales junto a los comunes queden gratificados.

La idea principal de esta teoría es que, a largo plazo, actuando de este modo con todos los grupos de interés acaba beneficiando a los accionistas según las expectativas depositadas en ella por el contexto y entorno en el que se encuentra la empresa (Pérez, 2005). Entender estas necesidades otorga a la compañía ventaja competitiva y un activo estratégico. Freeman defiende que la empresa y la ética siempre deben ir conectados, criticando tajantemente la idea de que ambos conceptos no vayan de la mano. Un directivo no debe olvidar las obligaciones éticas ni hacer que desaparezcan en las relaciones con los clientes, por ejemplo.

Finalmente, aparece la teoría de la ciudadanía empresarial, conocida como *Corporate Citizenship Theory*. Este pensamiento es el que más se acerca a la actualidad ya que además de encontrarse en último lugar en orden temporal, todavía se encuentra en desarrollo. La empresa es un ciudadano más que convive con el resto de agentes de la sociedad, por lo que debe de actuar filantrópica y cívicamente, es decir, como un “buen ciudadano” a través de las actividades empresariales, así como de aquellas acciones de carácter voluntario como pueden ser actuaciones sociales o asumiendo algunas responsabilidades de carácter social desde un punto de vista económico, legal y ético (Melé, 2007). La principal idea de esta teoría es que la empresa contribuye a la mejora del bienestar social, no solo a través del pago de impuestos y cumplimiento de la ley, también realizando aportaciones voluntarias que promuevan el desarrollo de calidad de vida de la población.

Figura 2. Esquema para la aplicación de *Corporate Citizenship*



Fuente: <https://www.tccgrp.com/>

El doctor Klaus Schwab, fundador del World Economic Forum, defendía que la ciudadanía empresarial tiene que ir más allá de las prácticas filantrópicas, con la inversión social, la responsabilidad social corporativa o el emprendimiento social. Las compañías, ante esta oportunidad de prácticas sociales, tienen el deber cívico de contribuir a velar por el bienestar social junto con los gobiernos y la sociedad. *Corporate Citizenship* implica compromiso con temas relevantes para el mundo, como, por ejemplo, la sostenibilidad global. El papel que adquiere la empresa según esta teoría es el de tratar temas que tienen un impacto notable en la sociedad y en el futuro del planeta, como el cambio climático, sequías de agua, escasez de comida en algunos lugares del mundo...

Además, a las compañías se les plantea otros desafíos: educación, sanidad y tecnología, la pobreza extrema, la corrupción o ayudas en casos de desastre natural. Todos estos desafíos pueden parecer estar lejos del alcance de las empresas, pero todas estas situaciones tienen un alcance global que pueden ser focalizadas localmente (Schwab, 2002). A pesar de ser la teoría más avanzada y aplicable a la situación actual, ha recibido diversas críticas en su planteamiento, ya que se le asignan varias funciones a las empresas que deberían ser cubiertas por el Estado, llegando a aparecer el dilema de hasta qué punto se le puede exigir a la empresa ciertas conductas de ámbito social.

2.2.¿QUÉ ES LA RESPONSABILIDAD SOCIAL CORPORATIVA?

Como se ha visto, a lo largo de la historia se han desarrollado múltiples definiciones e ideas acerca de la RSC. La Comisión de las Comunidades Europeas plantea que “la mayoría de las definiciones de RSC entienden este concepto como la integración voluntaria, por parte de las empresas, de las preocupaciones sociales y medioambientales en su actividad empresarial” (CCE, 2001, pág. 7).

La RSC es un término que abarca múltiples ámbitos de estudio (sociología, economía, psicología...), por lo que el análisis de este concepto es complejo, lo que ha derivado en multitud de enfoques sobre el tema.

La confederación internacional, Oxfam, ha desarrollado una propuesta sobre la responsabilidad social corporativa apoyada por cinco principios, donde se ve reflejado la situación actual de la RSC. Cabe destacar que la RSC es la forma en la que se administra una empresa hacia el exterior, todas aquellas acciones que conciernen a la compañía y al entorno en el que se encuentra (Oxfam, 2006). La responsabilidad social se basa en los siguientes principios:

- Respeto de la ley: se da por entendido que las empresas que quieren que llevar a cabo prácticas de RSC, antes de todo, deben respetar la legislación actual del país o países en los que opera. El respeto de la ley no es una práctica de RSC, pero se entiende que una empresa no puede dar paso a sus prácticas de RSC si ni siquiera actúa respetando las leyes. En el momento que pierde la calidad de acción voluntaria, deja de ser RSC. Además, tienen que seguir las normas dictaminadas por las organizaciones mundiales como son la Declaración de los Derechos Humanos de la ONU, las pautas de actuación social de la OCDE, las sugerencias de la OIT y los diversos acuerdos acerca del respeto del medioambiente.
- Globalidad y Transversalidad: las empresas actúan en un marco global en multitud de sectores y áreas, donde las prácticas sociales están presentes en todas ellas.

- Ética y Coherencia: ética y RSC están conectados, es decir, los valores de las empresas deben verse reflejados en los planes de actuación social que desarrollan. La aplicación de la ética y los valores en la RSC marcan la diferencia entre realizar políticas de RSC por imagen de marca y prestigio o por un fin social concreto.
- Gestión del impacto social: al igual que las empresas invierten tiempo y capital para adaptarse al cambio de los distintos factores de su entorno, también debe hacerlo con sus políticas de RSC. Para ello, tienen que analizar y revisar sus prácticas sociales y medir el impacto continuamente para que este no desfase con la estrategia de la empresa y con las exigencias y demandas de la sociedad. En este aspecto, muchas empresas están comenzando a publicar información voluntaria, más allá de las cuentas anuales, como informes de sostenibilidad.
- Satisfacción de necesidades y expectativas: el fin de las prácticas de RSC es la satisfacción de las necesidades que tienen los distintos agentes sociales, es por ello, que las compañías desarrollan sus estrategias sociales partir de estas necesidades para que sean eficaces, generando valor para la empresa y para la sociedad.

Se ha comentado en varias ocasiones que la práctica de RSC conlleva la creación de valor para la empresa. Este valor puede ser de varios tipos:

- Innovación: procesos llevados a cabo por la empresa que busca la participación social, siendo los participantes los propios beneficiarios. Actividades culturales, inserción social, voluntariados...
- Transparencia y confianza: desarrollo de informes reflejando los ámbitos económicos, social y medioambiental de las empresas dirigidos a todos los grupos de interés, sin centrarse solo en accionistas e inversores a través de dar información cualitativa y cuantitativa.

- Reputación y legitimidad: la revista Fortune a través de la consulta a 3750 ejecutivos, analistas, directos y expertos ha elaborado la lista “The World’s Most Admired Companies”, en la que se da más valor al comportamiento social y las prácticas de RSC de las empresas que los resultados económicos y el valor generado al accionista (Ferry & Fortune, 2018). Esto es un indicativo de que la sociedad cada vez demanda más factores de impacto social a las compañías. Hay algunos inversores que otorgan una importancia considerable a las variables de impacto social y medioambiental que a las variables económicas.

- Eficiencia rentabilidad y competitividad: desarrollar procesos productivos sostenibles puede derivar en reducción de costes (ej. Búsqueda de alternativas renovables o reducción de emisión de gases puede llevar a reducir el consumo de energía). Con estas prácticas también se puede elevar la fidelidad de los clientes y atraer a potenciales haciendo que las ventas incrementen y por consecuencia el resultado económico de la empresa. Como se comentará más adelante, esto también podría facilitar la captación de financiación ya que las entidades financieras están incluyendo aspectos sobre RSC en sus criterios para la decisión de financiación a empresas.

A modo recopilatorio y recogiendo las ideas más notorias sobre el concepto entre las distintas teorías, a continuación, se explican los tres puntos más destacados:

- La Responsabilidad Social Corporativa es la contribución que realizan las empresas para el progreso social, económico y ambiental con el fin de aumentar el valor añadido de la empresa. En la práctica es la forma en la que las empresas son gestionadas teniendo en cuenta el impacto que tiene su actividad no solo en la sociedad en general, sino también en sus propios trabajadores, clientes, accionistas y medioambiente.

- Se distingue entre el cumplimiento de las leyes y normas básicas sociales y ambientales de la práctica de la responsabilidad social corporativa. Es decir, las leyes son obligaciones que las empresas deben cumplir por el simple hecho de desarrollar su actividad, incluidas las del ámbito social y ambiental

y es por ello por lo que el respeto de estas no forma parte de la responsabilidad social que las empresas practican.

- Acercamiento ético de las actividades de la empresa. La ética empresarial es conocida como todos los valores que la empresa define como propios y al conjunto de normas y principios, definidos también por la propia empresa, que regulan la actividad empresarial. En busca de un desarrollo sostenible, hay un acercamiento de la empresa cada vez más notable como herramienta para asegurar el futuro de los recursos mediante el respeto del medio ambiente. Además, mediante el respeto de estos principios éticos, la empresa no solo se centra en la sostenibilidad medioambiental, sino que también se aplican en el trato con clientes y proveedores o en la comunicación con los trabajadores. Este acercamiento ético también conlleva la implicación de la empresa en contribuir a la realización de actividades sociales como puede ser la reinserción laboral de personas con dificultades para encontrar un trabajo por varios motivos.

2.3.RSC EN ESPAÑA Y EUROPA

2.3.1. ÁMBITO NACIONAL

España comienza a experimentar un cambio notable en las responsabilidades sociales tras su entrada en la Unión Europea en 1986, aplicando regímenes comunes a los países miembros, haciendo ver a las empresas de la importancia de estas prácticas. Por ello se incluye la Unión Europea en este apartado.

La intervención de los estados es vital para fomentar la RSC, adquiriendo la responsabilidad de potenciar de manera más activa las prácticas sociales mediante la aplicación de normas de carácter orientativo. Estas acciones orientativas no pretenden sustituir la acción voluntaria por parte de la empresa, sino encauzarla. Cabe aclarar que a continuación se explicarán las medidas que se han instaurado en modo de sugerencias y asesoramiento hacia las empresas por parte de las instituciones y también se citarán medidas que han pasado a ser de carácter obligatorio para las empresas (una vez declarada

por el Estado como obligatoria, deja de ser RSC), ya que también es importante para entender qué es RSC y qué no lo es.

La situación actual de la RSC en España se rige por los siguientes organismos nacionales de carácter público y sus respectivas medidas cuyo objetivo es potenciar y fomentar en las culturas de las empresas las prácticas de RSC:

- Consejo Estatal de la Responsabilidad de la Empresas (CERSE): “órgano asesor y consultivo adscrito al Ministerio competente en materia de políticas públicas de impulso y fomento de la responsabilidad social de las empresas del Gobierno de España (actualmente el Ministerio de Empleo y Seguridad Social)” (CERSE, s.f.). Este organismo junta a 56 representantes de distintas organizaciones, empresas, administración del Estado y asociaciones de la responsabilidad social. Su principal objetivo es asesorar y ayudar al Gobierno en la promoción de las prácticas sociales y aquellos aspectos relacionados con la RSC, así como buscar una mayor uniformidad en los temas de RSC reflejados en las cuentas anuales y en los informes de responsabilidad, de acuerdo con el Real Decreto 343/2012, de 10 de febrero.
- Libro Blanco de la RSE: es un documento aprobado en junio de 2006 y publicado en el Boletín Oficial de las Cortes Generales el 31 de julio de 2006. Se acuerda la obligación de desarrollar una política sobre RSC por parte del estado, planteando además 57 sugerencias para fomentar prácticas sociales voluntarias sobre el tema tratado dirigidas a empresas, consumidores, inversores y administraciones públicas (Subcomisión parlamentaria de RSC, 2006).
- Estrategia española de responsabilidad social de las empresas (EERSE): esta estrategia fue aprobada en Julio de 2014 con el objetivo de haber instaurado las líneas de actuación y plan de medidas en 2020. La base de esta iniciativa es la de promover la RSC como elemento impulsor para que las compañías adquieran un perfil más sostenible. Algunos de los puntos más destacados tratados en esta estrategia son: Integración de la RSC en la formación; la transparencia y el Buen Gobierno; gestión responsable de los recursos

humanos; RSC en la relación con los proveedores; consumo responsable; Inversión responsable en I+D+i; cooperación al desarrollo (Gobierno de España, 2014).

- Plan Nacional de Empresas y Derechos Humanos: la UE solicitó a los países miembros que realizaran un plan específico al respecto, basado en los principios Ruggie de las Naciones Unidas según los cuales el Estado “debe proteger, respetar y garantizar la reparación en caso de que no se puedan respetar los derechos humanos” (Observatorio de RSC, s.f.). Este plan, con una duración de tres años desde su aprobación por el Consejo de Ministros, se centra en el impacto de la actividad empresarial en los derechos humanos abordado a través de 37 medidas explicadas en el documento (Gobierno de España, 2014). En este caso, como se ha aclarado anteriormente, en el momento en el que estas medidas pasen a ser obligatorias para las empresas, dejan de ser prácticas relacionadas con la RSC.

Por otro lado, existen varias entidades de carácter privado que tienen una labor de ayuda a las empresas para implantar RSC, a través de informes donde reflejan las tendencias a nivel nacional e internacional, entre otros temas. Las más importantes se muestran a continuación en la figura 3:

Figura 3. Entidades base de la RSC privadas españolas

Nombre	Descripción
EBEN-ESPAÑA (1987)	Parte Española de la European Business Ethics Network. Foro compuesto por profesionales de diversos sectores empresariales y académicos cuyo objetivo principal es fomentar la práctica y estudio de la RSC.
ETNOR (1991)	Ética de los Negocios y las Organizaciones. Fundación centrada en promover la integración de valores éticos en la actividad empresarial tanto en instituciones públicas como privadas.
Fundación Ecología y Desarrollo (1993)	Centra su actuación en los siguientes temas estratégicos: agua, responsabilidad social, cambio climático, salud y medio ambiente, consumo responsable y pobreza energética.
Forética (1999)	Asociación de empresas y profesionales independientes. Líderes en España en la fomentación de la integración de temas sociales y buen gobierno en la gestión cotidiana de las compañías. Tiene alrededor de 200 socios.
Red del Pacto Mundial España (2004)	Esta asociación deriva de El Pacto Mundial de las Naciones Unidas. La asociación española lidera en número de empresas afiliadas con más de 2500. Su misión es “favorecer la sostenibilidad empresarial mediante la implantación de diez principios universales de conducta y acción en materia de Derechos Humanos y Empresa, normas laborales, medio ambiente y lucha contra la corrupción, en la estrategia y las operaciones diarias de todo tipo de entidades y favorecer, de este modo, la consecución de objetivos de desarrollo sostenible (ODS)”. (Compact, 2019)
Observatorio de RSC (2004)	ONGs, sindicatos y asociaciones constituyen esta identidad. Realizan estudios e investigaciones para “dar seguimiento de la aplicación de políticas en RSC en el ámbito empresarial, así como de su grado de implantación, de conocimiento y de interiorización.” (RSC, s.f.)
Fundación Seres (2009)	ONG que impulsa que las empresas realicen actividades y acciones implicándose con la sociedad. Buscan que estas acciones vayan en línea con la estrategia de la empresa y así puedan crear valor para todas las partes.
Spainsif (2009)	Plataforma de encuentro y referencia en materia de inversión sostenible y responsable en España, cuya misión primordial es fomentar la integración de criterios ambientales, sociales y de buen gobierno en las políticas de inversión (Spainsif, s.f.)
DIRSE (2013)	Asociación Española de Directivos de Responsabilidad Social. Compuesta por profesionales de distintos sectores, como directivos, consultores y académicos. Fomentan el desarrollo de un papel profesional y directivo de Responsabilidad Social en la organización y la sociedad.

Fuente: Informe RSE y MARCA ESPAÑA: empresas sostenibles, país competitivo, pág 17.

Una vez puesto en contexto de cómo se rige el mercado español en el ámbito de la RSC, se expondrá, basándonos en este informe, la situación de la práctica de la RSC en España por parte de las empresas, argumentado con datos, estudios y análisis.

En el año 2014 se publicó el informe “RSE Y MARCA ESPAÑA: Empresas sostenibles, país competitivo” realizado por Forética una asociación, ya mencionada anteriormente, “que tiene como misión fomentar la integración de los aspectos sociales, ambientales y de buen gobierno en la estrategia y gestión de empresas y organizaciones. Actualmente está formada por más de 200 socios, entre ellos el 40% de las empresas que cotizan en el Ibex 35, además de filiales de multinacional, pequeñas y medianas empresas, ONG de referencia y socios personales” (Forética, s.f.). A continuación, se expondrán y resumirán las ideas más destacadas de esta publicación, explicando cómo las compañías han adoptado e implementado en su gestión empresarial la RSE en el marco temporal de los últimos diez años.

Se hace un análisis de la situación actual, así como de la integración de una base para que España pueda ser uno de los países líderes en RSE a largo plazo. Para explicar esto último se investiga la situación de la triple balanza en España (balance económico, social y ambiental):

- Balance económico: la situación económica de España se encuentra en la típica fase derivada de una recesión económica (crisis de 2008). Muchas compañías y sectores han pasado o están pasando todavía por procesos de reestructuración, derivando en altos niveles de desempleo y bajos niveles de inversión. Existen tres factores claves a definir en este ámbito. (1) La masa crítica: España sustenta el puesto número cinco en la Unión Europea y el decimotercero en el mundo en referencia al PIB (DataBank, 2019). Además, tiene alrededor de 4.500 empresas nacionales en suelo extranjero, que junto a la cantidad de inversiones que atrae de mercados externos (puesto noveno mundial), hace que España tenga una capacidad de influencia en los mercados notable y significativa (Forética & Marca España, 2014, pág. 10). (2) Infraestructuras: la red de comunicación de España para el transporte de personas y mercancías es de las más destacadas de la UE. La línea de Alta

Velocidad Española, las autovías, los grandes puertos de las costas españolas (España es el único país europeo con 5 puertos entre los 125 más importantes el mundo) (Moldtrans, 2014), los aeropuertos de Madrid y Barcelona, que se encuentran entre los más destacados de la Unión Europea, respaldan la situación ventajosa de España en este ámbito. (3) Fuerza laboral con competitividad creciente: la calidad del capital humano que tiene España se encuentra posicionado entre los mejores, avalado por diversas instituciones o estudios como el Human Capital Index y el Innovation Union Scoreboard. La productividad de los trabajadores españoles se encuentra también en una posición competitiva con el resto de los países (OECD, 2019).

- Balance social: España es un país abierto culturalmente, siendo la lengua oficial del país, el castellano, la segunda más hablada en todo el mundo. Los ciudadanos españoles se encuentran entre los más altos en cuanto a esperanza de vida, con una media de 83,4 años (Expansión, 2017), gracias en parte a la ventaja de tener un sistema sanitario referencia de entre los países más desarrollados. Cerca del 80% de los habitantes españoles asegura consumir productos de fabricación responsable y casi el 50% dice haber cambiado sus hábitos de consumo en función de comportamientos más éticos y responsables, llegando a crecer 4 veces más las ventas de productos de comercio justo. Además, la implicación de la sociedad española en temas solidarios es ejemplar. De entre casi el medio millón de asociaciones que hay en el país, alrededor de 7 millones de ciudadanos han aportado ayudas, de los cuales la mitad están suscritos con cuotas regulares. España es el primer país en donantes de órganos (Forética & Marca España, 2014, pág. 11).
- Balance ambiental: gracias a las condiciones climáticas, la ubicación, la riqueza biológica y recursos naturales y la apuesta por el medioambiente, España se convierte en una nación aventajada para las prácticas sostenibles de RSC. Pionera en la apuesta por energías renovables, siendo uno de los países con más investigación y desarrollo de patentes de energías alternativas (Forética & Marca España, 2014, pág. 11). Gracias a ser uno de los estados que más apuesta por desarrollar e incorporar estrategias medioambientalmente responsables, se encuentra entre los cinco primeros

países con más certificaciones ISO 14001, “norma internacional de sistemas de gestión ambiental (SGA), que ayuda a su organización a identificar, priorizar y gestionar los riesgos ambientales, como parte de sus prácticas de negocios habituales” (LRQA España, s.f.). Igualmente, es uno de los países más implicados con la implementación de la economía verde, creando gran cantidad de puesto de empleo verde, que son aquellos que ayudan a la conservación del medio ambiente en algunos sectores como la construcción o las energías renovables (OIT, 2016).

Aquellos países que tienen una posición competitiva favorable tienen mejores reconocimientos a nivel internacional en cuanto a las políticas sostenibles y de RSC en general. Estos datos-macro e información, pueden parecer irrelevantes, a priori, para el análisis de la RSC en este trabajo, pero su asimilación es de vital importancia para entender el contexto donde se desarrollan las prácticas de RSC a analizar de las empresas mencionadas, puesto que su principal ámbito de actuación es el mercado español. El potencial que tiene España debe de ser aprovechado por las empresas para la captación de valor a través de las prácticas de RSC y así actuar como motor de arranque para el resto de las empresas más pequeñas o con menos capacidad de recursos.

A principios del presente siglo es cuando empieza a elaborarse la idea por parte de las entidades bancarias de incluir las variables sociales y medioambientales a la evaluación de los riesgos para conceder créditos y préstamos, al igual que las empresas empiezan a ver como la aplicación de valores éticos y la práctica de políticas socialmente responsables favorece su cotización y por consecuencia sus beneficios financieros.

2.3.2. ÁMBITO EUROPEO

En marzo de 2000, el Consejo Europeo llevó a cabo una reunión especial, con el fin de establecer un objetivo estratégico común para una mayor cohesión social. En las conclusiones de dicha reunión se cita textualmente: “La Unión Europea se enfrenta a un enorme cambio fruto de la mundialización y de los imperativos que plantea una nueva economía basada en el conocimiento. Dichos cambios afectan a todos los ámbitos de la vida de las personas y exigen una transformación radical de la economía europea. La

Unión debe determinar dichos cambios en coherencia con los valores y conceptos de la sociedad y también con vistas a la próxima ampliación.” (Consejo Europeo, 2000).

En 2001 se publicó el Libro Verde de la Unión Europea para fomentar las prácticas sociales y sostenibles dentro del mercado europeo. En esta publicación se explica en qué modo la UE, como organización, puede fomentar las prácticas responsables en las empresas, centrándose en aprovechar los avances ya realizados y las ideas sociales innovadoras, aumentar la transparencia de las compañías y por consecuencia la credibilidad que tiene la sociedad depositada en ellas. Hace énfasis en que no solo las grandes empresas multinacionales deben practicar la RSC por su capacidad económica, sino que las PYMES también pueden practicarlo. Que estas empresas pongan en prácticas estas políticas es de vital importancia puesto que son las que más contribuyen a la creación de empleo y a la economía.

Para entender la situación en la que se encuentra actualmente el entorno europeo, se expondrán a continuación los principales avances e iniciativas llevadas a cabo por la Unión Europea:

A) Estrategia renovada de la Unión Europea para 2011-2014 sobre responsabilidad social de las empresas (RSE)

La Comisión Europea, anunció que para finales de 2011 anunciaría un comunicado sobre RSE. El consejo y el Parlamento presionaron a la Comisión para que hicieran una política más desarrollada en torno al concepto de RSE, renovando y promoviendo las iniciativas que había hasta entonces. Es por ello por lo que presentaron esta estrategia en 2011. Una de las principales causas que motivaron a la comisión a realizar esto fue que la crisis había hecho que los consumidores perdieran confianza en las empresas. El objetivo principal de esta estrategia es promover iniciativas de RSC, pero sobre todo facilitar y “allanar” el camino para que las empresas tengan menos dificultades para llevar a cabo políticas de RSC. Se da relativa importancia a la necesidad de colaboración entre organismo públicos y empresas, para que estas iniciativas funcionen y se vean reflejados en resultados notables. El programa de acción para el periodo 2011-2014, se explica a través de los siguientes ocho puntos encontrados en el comunicado de la Comisión, COM (2011) 681 final:

1. Mejora de la visibilidad de la RSE y difusión de buenas prácticas a través del reconocimiento por parte de las entidades públicas de las acciones que realicen las empresas en el ámbito de la RSE.
2. Mejora y seguimiento de la confianza en las empresas. La Comisión Europea propone, por ejemplo, resolver el problema del marketing engañoso y empezar un debate abierto entre empresas, ciudadanos y otras partes acerca del potencial de crecimiento que tienen las compañías en el presente siglo. Una de las herramientas que proponen es la realización de encuestas a ciudadanos sobre la confianza que adquieren o pierden sobre las empresas a lo largo de este proceso.
3. Mejora de los procesos de autorregulación y corregulación a través de la creación de códigos por buenas prácticas, que según la Comisión debe mejorar la eficacia de las políticas de RSC.
4. Mejora de la recompensa que supone la RSE en el mercado debido a las numerosas consecuencias positivas que tienen en términos de competitividad. Incitan a los Estados miembros y los poderes públicos a explotar las posibilidades que ofrece el actual marco jurídico sobre contratación pública. Además, ofrecen la posibilidad de una propuesta sobre transparencia medioambiental y social para las empresas.
5. Mejora de la divulgación de información de carácter social y medioambiental por parte de las empresas. De las 42.000 empresas que operan en la UE, alrededor de 2.500 publican informes de carácter social y medioambiental (Comisión Europea, 2011, pág. 14). Este dato coloca a la UE como líderes en este ámbito, pero, aun así, es una cifra pobre, puesto que las empresas que publican informes comprenden solo el 5,95% sobre el total de compañías europeas. La Comisión planteó unas medidas para animar a las empresas a evaluar su rendimiento medioambiental “utilizando una metodología basada en un ciclo de vida común, que también podría utilizarse a efectos de la publicación de información.” (Comisión Europea, 2011, págs. 13-14).

6. Mayor integración de la RSE en la educación, la formación y la investigación a través de la financiación de proyectos educativos y formativos a cerca de la RSC con programas como “Aprendizaje Permanente” y “Juventud en Acción” (Comisión Europea, 2011, pág. 15).
7. Insistencia en la importancia de las políticas nacionales y subnacionales sobre RSE. Más enfocado al sector público que privado, la UE propone “con los Estados miembros, un mecanismo de revisión de las políticas nacionales en materia de RSE” (Comisión Europea, 2011, pág. 15).
8. Mejora de la armonización de los enfoques europeo y mundial sobre RSE en términos generales, es decir, continuar con el seguimiento y revisión de las medidas que realiza la UE sobre RSC, como pueden ser las Líneas Directrices de la OCDE. Además, proponen como medida “hacer un seguimiento del compromiso adquirido por las empresas europeas con más de 1 000 trabajadores de tomar en consideración los principios y directrices sobre RSE y la norma de orientación ISO 26000 sobre responsabilidad social en sus operaciones.” (Comisión Europea, 2011, pág. 16).

B) Estrategia Europea 2020

En 2010, la Unión Europea comunicó la agenda de crecimiento y empleo de la comunidad, con vistas temporales a 10 años (2020). Entre las propuestas, cabe destacar que los objetivos y medidas de esta estrategia se fundamentan en un crecimiento inteligente, sostenible e integrador (Comisión Europea, 2010). Sus objetivos se pueden clasificar en 5 tópicos generales (ver figura 4):

Figura 4. Objetivos Estrategia Europa 2020

Objetivos	Descripción
Empleo	El empleo de la población entre 20 y 64 años aumente hasta el 75%, con mayor participación de las mujeres y de los trabajadores de avanzada edad, así como la mejor integración en la vida laboral de la población inmigrante.
Investigación y Desarrollo	Elevar al 3% sobre el PIB, la inversión en I+D y elaborar conjuntamente un indicador que muestre la intensidad del I+D.
Cambio Climático	Reducción de las emisiones de gases de efecto invernadero en un 20%, por lo menos, elevar hasta un 20% el uso de energías renovables y en un 20% la eficiencia energética.
Educación	Reducir hasta el 10% el abandono escolar y aumentar el porcentaje de población de entre 30 y 34 años con estudios superiores finalizados, a más del 40%.
Pobreza y Exclusión Social	Reducir en un 25% el número de ciudadanos europeos que viven por debajo del umbral de pobreza (20 millones de personas).

Fuente: COM (2010) 2020 final, pág 13.

2.4. CONCEPTO DE LA RSC

Una vez recopilado los pensamientos y teorías más relevantes sobre la RSC a lo largo de la historia, y de haber realizado un estudio de la situación actual de la RSC tanto en España como en Europa se explicará a continuación el concepto de RSC que se aplicará posteriormente en el análisis de las empresas mencionadas.

La responsabilidad social corporativa se entiende como una forma de administrar la empresa en función de un conjunto de valores, principios y cultura empresarial, llevando a cabo una gestión integral que conlleva todas las áreas funcionales de la empresa. En la actualidad la práctica de RSC responde a las nuevas demandas del entorno social con un comportamiento responsable, ofreciendo alternativas a gestiones tradicionales de empresa, sabiendo que las empresas han de ser más transparentes en la información que dan a los *stakeholders*, intentando alcanzar las expectativas sobre sus comportamientos que la sociedad espera de ellas.

Para desarrollar un plan específico de RSC, este debe ser tratado como una estrategia más dentro de la gestión de la empresa, establecer una meta a alcanzar e integrarlo en la visión y objetivos de la empresa. Desde la gestión de las empresas deben concederle la importancia adecuada y no etiquetar este tema como algo adicional o excepcional al funcionamiento diario de la empresa. Este último aspecto es de gran importancia en la gerencia porque desligar las prácticas de RSC de las actividades de la empresa, puede perjudicar a largo plazo a esta.

Es un fallo común en las empresas pensar que por el simple hecho de realizar actividades de RSC, va a beneficiar a la compañía, cuando éstas están totalmente alejadas de la actividad empresarial de las empresas. Antes de diseñar dicha estrategia, la empresa en cuestión debe tener en cuenta los tres ámbitos principales de la RSC (Najera, 2015):

- Dimensión económica: compromiso con la creación de valor, la rentabilidad y la eficiencia de la compañía. Maximizar beneficios y crear riqueza para el accionista.
- Dimensión ambiental: compromiso con la protección del entorno y el desarrollo sostenible.
- Dimensión social: compromiso con la seguridad, la salud, y el desarrollo profesional y personal de los empleados, compromiso con la calidad del servicio o producto, compromiso con el desarrollo de la sociedad, compromiso con el buen gobierno y el comportamiento ético.

Las prácticas responsables de las empresas abarcan dos dimensiones: interna y externa. Dentro de la dimensión interna, el primer agente que se ve afectado por las prácticas sociales es el trabajador, surgiendo así tres cuestiones, en las que las empresas deben invertir:

- Recursos humanos: las empresas buscan contratar trabajadores cualificados acorde con las necesidades de la compañía. Con el paso del tiempo, los directivos procuran que estos adquieran compromiso y permanezcan el

máximo tiempo posible. Dicho objetivo se puede alcanzar a través de incentivos como la formación continua, equilibrio entre vida personal y profesional, igualdades salariales, participación en accionariado y, sobre todo, contrataciones responsables no discriminatorias a través de incorporación de personas con discapacidad, personas de edad elevada, mismas oportunidades para ambos sexos, desempleados o personas en exclusión social. Para la formación constante, es fundamental que las empresas identifiquen las necesidades de la sociedad e intenten atenderlas como puede ser con la creación de programas de aprendizaje de primer empleo para facilitar la transición de la vida formativa a la profesional de los jóvenes.

- Salud y seguridad: más allá de las medidas regulatorias impuestas por los gobiernos para cumplir unos mínimos que aseguren los derechos de los trabajadores, las empresas llevarán a cabo acciones que garanticen la salud y seguridad en los lugares de trabajo. Igualmente, deberán asegurarse de que lo hagan también las empresas subcontratadas, además de comprobar que cumplan ciertas condiciones socialmente responsables para poder adquirir productos o servicios a terceros. Con estas prácticas, las empresas pueden conseguir ciertas certificaciones que aseguran la práctica responsable en cuestiones de salud y seguridad en sus trabajadores.
- Gestión del cambio: las reestructuraciones en las empresas están a la orden del día puesto que buscan adaptarse a los ciclos económicos y tecnológicos, acarreando consecuencias como cierre de fábricas u oficinas, reducciones de plantilla o reducciones salariales. Para llevar a cabo una reestructuración responsable, la empresa buscará el equilibrio entre las necesidades y preocupaciones de los trabajadores y de la propia empresa, siendo en muchas ocasiones un punto complicado de encontrar. Primero, hay que lograr la involucración de los empleados, en el modo en el que vean que su opinión y participación importa, para después poder identificar que riesgos y costes pueden derivar y buscar otras alternativas. Evaluando todas estas variables, los directivos han de actuar de la manera más beneficiosa para la empresa (CCE, 2001, págs. 9-10).

Además de estos tres factores, siguiendo la línea de actuación de la dimensión interna se analizan la gestión de los recursos y el impacto ambiental. Es una situación de *win to win*, ya que ambas partes salen beneficiadas, las empresas y el medioambiente. Las empresas se han dado cuenta de que con estas prácticas de disminución de generación residuos y de consumo de recursos, consiguen reducir costes y llegar a aumentar la rentabilidad productiva de la compañía, a la vez que tienen un impacto menor en el entorno natural (CCE, 2001, pág. 11).

La CCE, a través del ya mencionado Libro Verde de 2001, ofrece una propuesta para reforzar las políticas medioambientales y reducir el impacto negativo de las empresas donde explica detenidamente el concepto y cómo integrarlo en las estrategias empresas y las instituciones públicas. Esta propuesta se conoce como Política de Productos Integrada (PPI) cuyo fundamento se basa en analizar el impacto que genera el producto durante su ciclo de vida. Se realiza a través de la cooperación entre las instituciones públicas y las compañías, consiguiendo elaborar una propuesta más beneficiosa para todas las partes (García, 2010). La aplicación de esta política es una de las opciones más razonable que tienen las empresas en relación a las prácticas de RSC.

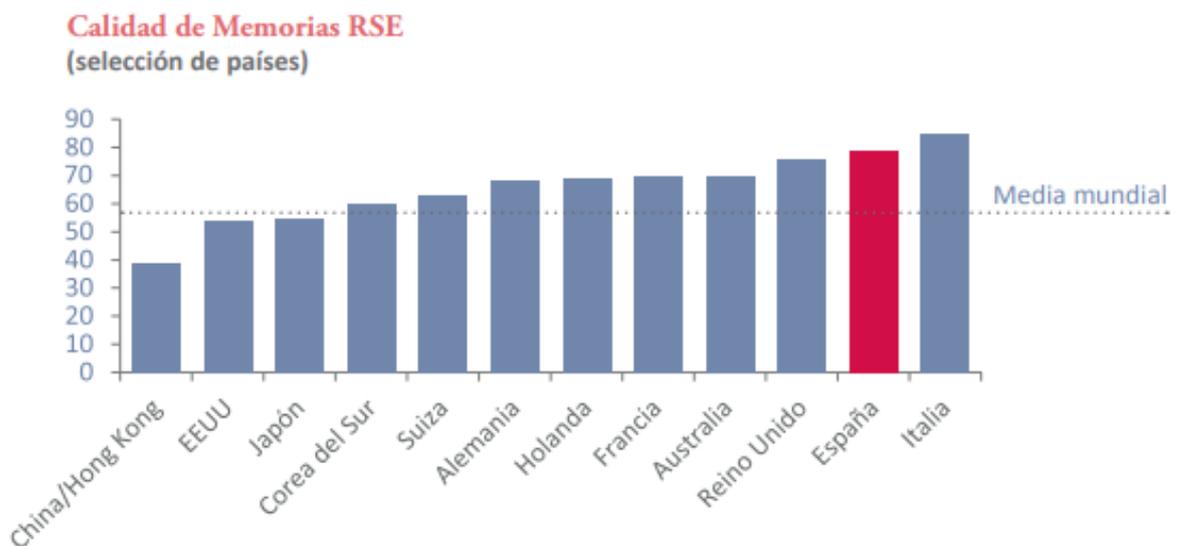
En la dimensión externa, la aplicación de RSC se extiende a los clientes, proveedores, asociaciones, ONGs, entidades públicas y medioambiente. Se distinguen cuatro ámbitos de actuación, donde se expondrán las aportaciones más relevantes (CCE, 2001, págs. 12-16):

- Comunidades locales: la actividad que desarrollan las empresas influye en la reputación e imagen que obtienen de los entornos más cercanos donde operan. Algunas de las prácticas que pueden realizar las empresas para interactuar con las comunidades locales son la colaboración con asociaciones de protección del medioambiente, ayuda contra la exclusión social, apoyar la formación profesional o el patrocinio de eventos de carácter deportivo.
- Socios comerciales, proveedores y consumidores: las empresas pueden conseguir reducir costes y elevar la calidad de sus productos a través de la relación con productores/socios locales. Una forma de apoyo a las empresas

que están en desarrollo y tienen escasez de capital, es el *Corporate Venturing* a través del cual, las multinacionales adquieren una parte del accionariado e inyectan capital.

- Derechos humanos: este ámbito adquiere algo de complejidad, pues es difícil acordar que aspectos quedan dentro del alcance de las empresas o que aspectos deben ser tratados por los gobiernos. Las empresas si pueden establecer directrices de actuación en cuanto a condiciones laborales o derechos humanos en aquellos países donde operen y los gobiernos locales no hayan implementado medidas para solventar este problema.
- Problemas ecológicos mundiales: aquellas empresas cuyos campos de actuación traspasan fronteras, son aquellas que deben de tratar este tema con más delicadeza. Las principales medidas para ello pueden ser la reducción del impacto ambiental con la aplicación del PIP, anteriormente mencionada. La OCDE a través de “Diez años después de Río. Preparación de la Cumbre Mundial sobre el Desarrollo Sostenible de 2002, (COM 2001/53)” aporta información extra sobre cómo las empresas pueden colaborar al desarrollo sostenible.

Figura 5. Comparativa de la calidad de las memorias de RSC entre países



Fuente: RSE Y Marca España

3. VISION GENERAL DEL MERCADO ELÉCTRICO ESPAÑOL

El mercado energético español es criticado con frecuencia porque se considera anticuado y poco transparente, tachado muchas veces por su estructura de competencia de mercado, un sector oligopolista. La amplia y profunda reforma del mercado de la electricidad ha cambiado fundamentalmente el esquema de inversión en energía renovable.

El proceso para que la electricidad llegue a los domicilios e industrias tiene varias fases. El primero consiste en la generación de energía a través de los productores. Las fuentes para la producción de energía que hay en España son diversas. A continuación, se puede observar la distribución entre los distintos tipos de producciones que existen para atender a la demanda de energía en España (ver figura 6).

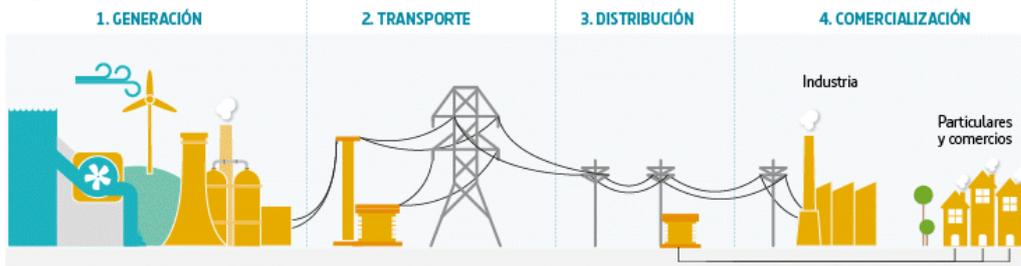
Figura 6. Cobertura de la demanda eléctrica peninsular 2018

■ Nuclear	20,6%	■ Eólica	19,0%
■ Carbón	13,5%	■ Hidráulica	13,2%
■ Ciclo combinado	10,2%	■ Solar fotovoltaica	2,9%
■ Cogeneración	11,2%	■ Solar térmica	1,7%
■ Residuos no renovables	0,9%	■ Otras renovables	1,4%
■ Turbinación bombeo ⁽¹⁾	0,8%	■ Residuos renovables	0,3%
		■ Saldo importador de intercambios internacionales	4,3%

Fuente: www.ree.es

El siguiente paso en el proceso es el de la red de transporte, desde las plantas de producción hasta las grandes zonas de consumo a través de las líneas de alta tensión (punto 2 de la figura 7). Esto se hace a través de una única empresa en calidad de monopolio, Red Eléctrica Española (REE). Poseen alrededor de 42.000 kilómetros de líneas de alta tensión, 5.000 subestaciones y más de 80.000 MVA (unidad de potencia utilizada en las grandes instalaciones de generación eléctrica) de capacidad de transformación (Lucera, s.f.).

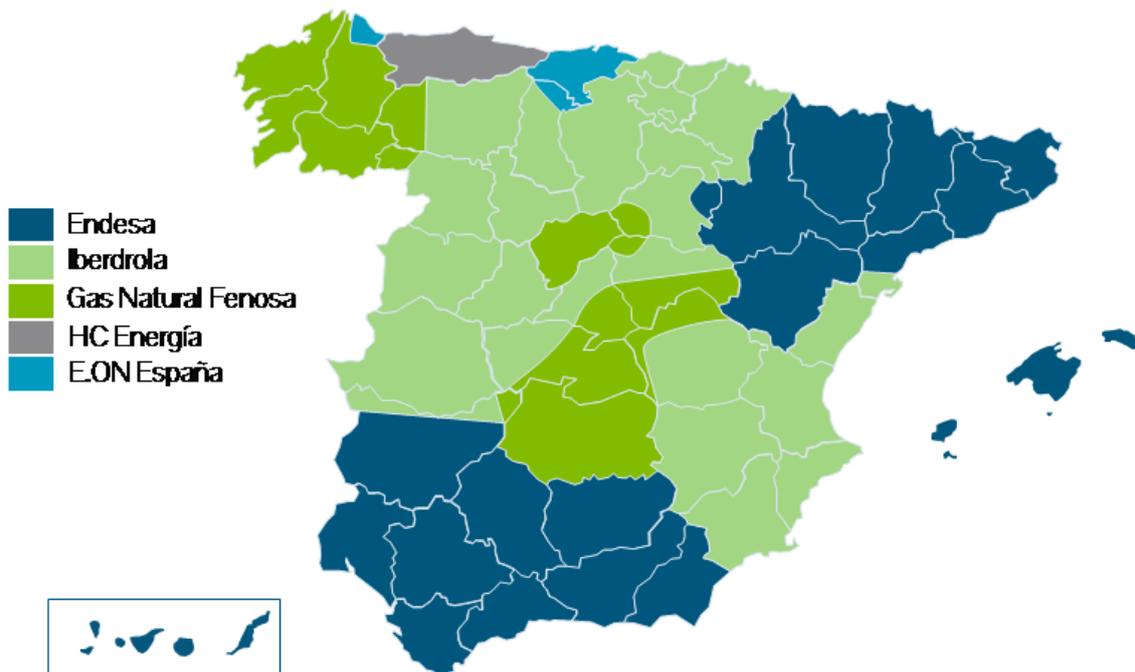
Figura 7. Esquema del sistema eléctrico



Fuente: www.yoibextigo.lamarea.com

A continuación, las compañías, a través de las redes de distribución, se encargan de repartir la electricidad desde la red de transporte hasta los puntos de suministro, de reparar las averías y de los contadores. En España, esta fase es abarcada casi en su mayoría por las 5 grandes eléctricas españolas (ver figura 8).

Figura 8. Áreas de actuación principales distribuidoras



Fuente: www.energiaysociedad.es

Como se observa en la figura 8, cada empresa se encarga de una zona, por lo que los consumidores no pueden elegir quien suministra su energía, solo deciden, como se explica a continuación, a quién se la compran.

Por último, nos encontramos con las comercializadoras. Existen alrededor de 400 compañías eléctricas en España que se encargan de esto, aunque el mercado está

dominado por las 5 más grandes (Endesa, Iberdrola, Naturgy, Viesgo y EDP). Como podemos observar, estas empresas abarcan casi el total del proceso, ya que se encargan de producir, distribuir y comercializar. Las pequeñas empresas que solo son comercializadoras acuden al mercado mayorista (Mercado Ibérico de la Electricidad, MIBEL) donde se compra y vende energía, el consumidor final (industrias y hogares) les compra esta energía y cobran el recibo de la luz al cliente (Lucera, s.f.).

El consumo de energía desde los años 90 hasta la actualidad ha crecido desde 137,46 TWh (teravatio-hora, unidad de medida que equivale a la cantidad de energía que se usaría si se mantuviera funcionando un aparato de $1e12$ vatios durante una hora) hasta 253,5 TWh en 2018 (IEA, s.f.).

En 2018, el tipo de energía que más se produjo fue la nuclear abarcando el 21,4% de la demanda. Las energías renovables aumentaron en abastecimiento de demanda de un 33,7% a 39,9% (en las renovables se incluyen la eólica, la hidráulica, la solar fotovoltaica, la solar térmica y otras). La energía de combustibles fósiles, gas y carbón se redujo del 42% al 35,6 % de la demanda total (Total, 2019). Además, al cierre del año 2018, España registró el segundo precio promedio más alto de toda su historia, 57,29 €/MWh, por detrás de 2008 con 64,43 €/MWh (Anónimo, 2019).

En 2015, la International Energy Agency (IEA), una organización autónoma que trabaja para garantizar una energía fiable, asequible y limpia para los 30 países miembros, entre los cuales se encuentra España, elaboró un informe donde se repasa la situación de España en el ámbito eléctrico. La organización destaca en este informe tres recomendaciones:

- Elaborar una estrategia de gestión energética en línea con los objetivos que tiene la Unión Europea para 2030.
- Aprobar un acuerdo para conservar el equilibrio entre ingresos y costes en el sector eléctrico a través de la transparencia.
- Rectificar el sistema fiscal introduciendo incentivos para así, disminuir las emisiones de gases de efecto invernadero y conseguir mejorar la eficiencia energética.

España debe ahora buscar el mantenimiento de su compromiso firme y a largo plazo a través de un sistema eléctrico financieramente sostenible. Para mejorar la confianza de los inversores, también debe seguir de cerca los principios de transparencia, previsibilidad y certeza al revisar las políticas y los reglamentos. El gobierno debería centrarse ahora en cuestiones largo-placistas, como la demanda de energía y las emisiones de gases de efecto invernadero. Una cuestión fundamental es cómo fomentar la transición a un sistema energético con bajas emisiones de carbono sin bajar los niveles productivos que atienden la demanda.

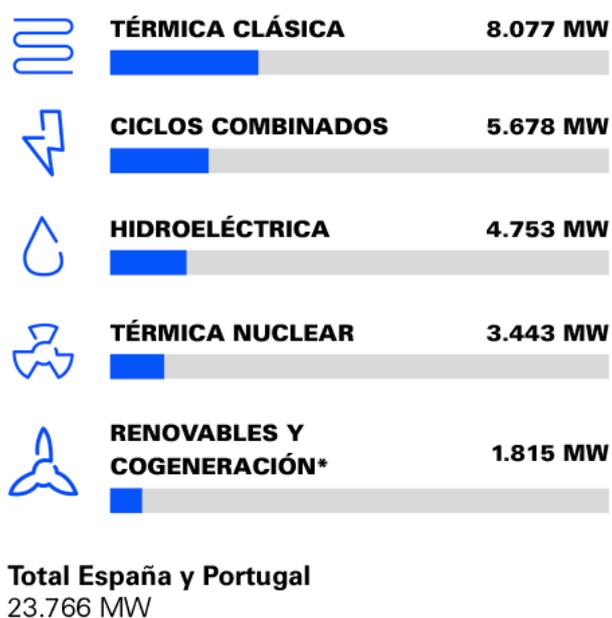
4. ANÁLISIS DE LA RSC DE LAS ELÉCTRICAS

Después de haber hecho un repaso a la historia y origen de la RSC, de haber explicado las teorías más representativas a día de hoy y haber visto el contexto en el que operan las compañías en el entorno europeo y español, se procederá a analizar la RSC en las compañías eléctricas más grandes en el ámbito nacional: Endesa, Iberdrola y Naturgy. En el presente estudio no se va a focalizar el análisis sobre qué acciones y estrategias dicen ellos llevar a cabo (se citarán algunas), sino que va a centrarse más en a que dan las compañías importancia, es decir, que aspectos tratan en los informes, para poder comprender de qué manera entienden ellos la RSC.

4.1.RSC EN ENDESA

Endesa está presente en tres de las fases del sistema de energía en España, explicado en el punto anterior, comercialización, distribución y generación. Finalizó el año 2018 con 9.763 empleados en España y Portugal, un EBITDA de 3.627 millones de euros y un capital social de 1.271 millones de euros. Endesa distribuye en el territorio nacional a más de 21 millones de consumidores debido al sistema de distribución del territorio español (ver figura 8). Este dato se refiere a los 21 millones de habitantes que hay en las provincias donde Endesa se encarga de la distribución. Endesa comercializa la electricidad a más de 10 millones de clientes. En cuanto al gas, sus ventas han aumentado en 2018, que ascienden a 1,6 millones de clientes (Endesa, 2018). Como se puede observar en la figura 9, la energía de tipo térmica clásica es la más abundante con un 33.9%, seguida de las renovables (donde se incluye la hidroeléctrica, renovables y cogeneración) con un 27.7%, después se encuentra la de ciclos combinados con un 23.9% y por último la térmica nuclear con un 14,5%.

Figura 9. Tipos de generación de energía.



Fuente: <https://www.endesa.com/es/sobre-endesa/a201610-cifras.html>

Se utilizará el informe de sostenibilidad de 2018 de Endesa publicado en su página web como principal fuente de información para el estudio que se hará a continuación. Previo a definir sus políticas y prácticas de RSC, Endesa lleva a cabo un proceso de identificación de asuntos principales en línea con las necesidades y demandas de sus grupos de interés (ver figura 10).

Figura 10. El proceso de identificación de los asuntos prioritarios de Endesa



Fuente: Informe de Sostenibilidad 2018 Endesa. www.endesa.com

Una vez establecidas las prioridades y cuáles son los principales canales de comunicación con sus grupos de interés, llevan a cabo una integración entre asuntos sociales y económicos de la empresa. La principal causa de esta parte del proceso es llevar a cabo una estrategia adecuada entre las variables sostenibles y los objetivos económicos de la compañía (Endesa, 2018, pág. 67):

- Asuntos económicos: Creación de valor económico-financiero, adaptación a las necesidades del cliente, buen gobierno, eficiencia operativa, digitalización.
- Asuntos sociales: orientación al cliente, salud y seguridad laboral, cadena de suministros sostenible y motivación, desarrollo y gestión de los empleados.
- Asuntos medioambientales: cumplimiento y gestión medioambiental y descarbonización del mix energético.

Seguidamente, hacen una relación entre estos asuntos y que importancia tienen entre los distintos grupos de interés de la empresa y el grado de desempeño que tiene Endesa. En general, siguen una línea muy parecida entre los grupos de interés, exceptuando los asuntos de creación de valor económico y financiero y el de seguridad y salud laboral, pues su nivel de importancia está entre 1 y 3 (escala de 1 a 11, siendo 1 importancia alta y 11 importancia baja) con respecto a todos los grupos de interés (Endesa, 2018, pág. 71).

Uno de los aspectos más destacados es que a través de un estudio realizado por la empresa a organizaciones del sector sobre el nivel de implicación percibido que tiene Endesa, no solo ponen los aspectos y percepciones positivas, sino que muestran también los aspectos negativos a mejorar (Endesa, 2018, pág. 72).

Los empleados de Endesa tienen planes de pago de la electricidad de sus domicilios con costes muy reducidos, así como disponibilidad de uso temporal de vehículos eléctricos y proyectos de ayudas económicas para la adquisición de coches 100% eléctricos.

Una vez aclarados estos conceptos en el informe se explica detalladamente el Plan de Endesa de Sostenibilidad (PES) 2018-2020 (ver figura 11) fundamentado en cuatro aspectos principales (Endesa, 2018, pág. 76):

1. Progresión mediante el uso de tecnologías y servicios bajos en carbono
2. Innovación y eficacia operativa
3. Involucración y participación de los empleados
4. Involucración y participación de las comunidades locales

Figura 11. Esquema del PES 2018-2020



Fuente: Informe de Sostenibilidad 2018 Endesa. www.endesa.com

En 2018 publicaron la actualización del plan, convirtiéndose en el PES 2019-2021. Esta nueva actualización sigue la línea del anterior plan, pero con adaptaciones a los objetivos del grupo ENEL (grupo al que pertenece Endesa). Cabe destacar que en este nuevo plan se ha mantenido la alienación de los objetivos sostenibles de la estrategia de la empresa con las ODS de las Naciones Unidas, donde se pueden ver detalladamente en las páginas 77-79 del informe.

Otros de los aspectos a los que otorgan importancia en su informe, es el de la contribución a la desaparición de la desigualdad de género (brecha salarial) en el mundo empresarial, donde muestran los porcentajes de mujeres en el consejo de administración, así como la diferencia de remuneración entre ambos sexos (Endesa, 2018, pág. 92). Siguiendo la línea de la gestión de empleados, mencionan planes de integración de las personas en exclusión social. También, informan sobre la situación de la diversidad en el personal de la empresa, por ejemplo, en 2018, había 76 personas con discapacidad trabajando en Endesa.

Se explica en este informe también, el plan de conducta ética basado en los valores morales de la compañía: tolerancia cero con la corrupción, integridad corporativa, cumplimiento de objetivos, canal ético y litigios.

A lo largo del informe, siguiendo la línea de explicación de objetivos, se muestran tablas en las que se puede ver el grado de avance del plan con los objetivos que se habían marcado y el resultado final a 2018, tanto como si se han logrado como si no.

Durante el visionado del informe, se puede observar la gran importancia que le otorgan al cambio climático, proporcionando las cifras invertidas en sostenibilidad ambiental. La principal medida y estrategia que han desarrollado al respecto es una hoja de ruta hacia la descarbonización en donde se muestra todo el proceso que han diseñado para alcanzar dicho objetivo en 2050, además de explicar el resto de las medidas sobre el cambio climático.

Por otra parte, hay un apartado en dicho informe sobre la digitalización, donde se explica todos los procesos digitalizados ya realizados y que se van a realizar en cuanto a la gestión de la empresa, trato con el cliente y proveedores y en la gestión de los empleados (Endesa, 2018, págs. 125-140).

Uno de los aspectos más destacados de implicación social es el de acceso a la electricidad a clientes vulnerables, en que la empresa desarrolla unos planes adaptados para estos clientes, asegurándose de que llegue la electricidad, a través de convenios con la administración pública, a sus hogares (Endesa, 2018, pág. 153). Más aun, en el apartado de Relación responsable con las Comunidades, hay multitud de proyectos impulsados por la compañía junto a otras organizaciones.

Por último, se explica cómo gestionan una cadena de suministro sostenible, donde dan gran importancia al trato con proveedores cualificados, teniendo en cuenta varios aspectos: evaluación del desempeño, aspectos ambientales, respeto de derechos humanos y seguridad y salud laboral.

4.2.RSC EN IBERDROLA

EL grupo Iberdrola está presente en las fases de producción, distribución y comercialización dentro del sector productivo español (ver figura 7). Iberdrola al cierre del ejercicio 2018 tenía 34.078 empleados, un EBITDA de 9.349 millones de euros y un

beneficio neto de 3.014 millones de euros. Su capital social asciende a 4.890 millones de euros. Su importe neto de cifra de negocios fue de 35.76 millones de euros. Entre todas las empresas del grupo se encargaron de suministrar energía a 30,6 millones de puntos de suministro de electricidad, de los cuales alrededor del 90% eran hogares (Endesa, 2018, pág. 21).

Se utilizará el informe de sostenibilidad de 2018 de Iberdrola publicado en su página web como principal fuente de información para el estudio que se hará a continuación.

En el informe de Iberdrola se incluyen datos de todas las empresas del grupo presentes en diferentes países, entre los que se encuentran, Reino Unido, Estados Unidos, Brasil y México entre otros. Antes de pasar a explicar cualquier cuestión de tipo sostenible o económica, muestra brevemente los reconocimientos recibidos por parte de organizaciones del ámbito de la sostenibilidad, la presencia en índices y algunas evaluaciones por parte de terceros (Iberdrola, 2018, pág. 12).

En la figura 12 se puede ver los distintos tipos de energía producidos por la empresa en 2018. En España, la producción de tipo renovable, la más limpia, fue del 45%, mientras que la de carbón fue de 40,8%. Además, en España es el único país donde Iberdrola produce energía de origen nuclear. La producción de energía de tipo renovable fue de 52,4% a nivel mundial (Iberdrola, 2018, pág. 21).

Figura 12. Producción neta de energía por tipo de tecnología

Producción neta por tecnología y país 2018 (GWh)	España	Reino Unido	Estados Unidos	Brasil	México	Otros países
Renovables	25.973	5.146	17.261	10.099	1.095	2.180
Nuclear	23.536	0	0	0	0	0
Ciclos combinados	4.092	5.530	8	3.553	37.470	0
Cogeneración	2.472	0	2.713	0	2.831	0
Carbón	1.637	0	0	0	0	0
Total	57.711	10.675	19.983	13.652	41.396	2.180

Fuente: Informe de sostenibilidad de Iberdrola 2018

Una vez descrito el perfil de la compañía, en el informe podemos encontrar el compromiso que tiene la empresa con la aplicación de los ODS en la estrategia de la

compañía, otorgando más importancia en integrar en su actividad los ODS 7 (energía asequible y no contaminante) y 13 (acción por el clima), seguido de una explicación de sus objetivos en relación con el resto de ODS.

A continuación, se explica en el informe el modelo de negocio de la compañía y su estrategia donde cita textualmente: “Las sociedades del grupo asumen un conjunto de principios y valores que expresan su compromiso en materia de gobierno corporativo, ética empresarial y desarrollo sostenible” (Iberdrola, 2018, pág. 50) . En este punto los aspectos más destacables son: el código ético de la empresa (incluye anticorrupción); la lista de objetivos y políticas en materia de desarrollo sostenible y riesgos; y los compromisos de dimensión ambiental y pertenencia a organizaciones (Iberdrola, 2018, pág. 51).

Al finalizar el 2018, en el consejo de administración de la empresa, el 36% eran mujeres y ha sido incluida en el Bloomberg Gender-Equality Index (GEI) “que reconoce a las compañías que disponen de políticas a favor de la igualdad de género y con mejores prácticas en materia de conciliación” (Iberdrola, 2018, pág. 110). Iberdrola, tenía 402 empleados al cierre de 2018 con discapacidad, de los cuales 257 hombres y 145 mujeres.

Seguidamente, se hace un análisis del impacto económico-financiero de la actividad de la empresa, las principales medidas llevadas a cabo en cuanto a la seguridad laboral y crecimiento de los empleados. La adaptación de la empresa al cambio climático se detalla en base a una serie de puntos (Iberdrola, 2018, págs. 116-161):

- Gestión sostenible
- Uso de recursos naturales y materiales
- Decrecimiento de las emisiones y eficiencia energética
- Uso racional de agua
- Conservación de la biodiversidad
- Generación de residuos
- Seguridad ambiental

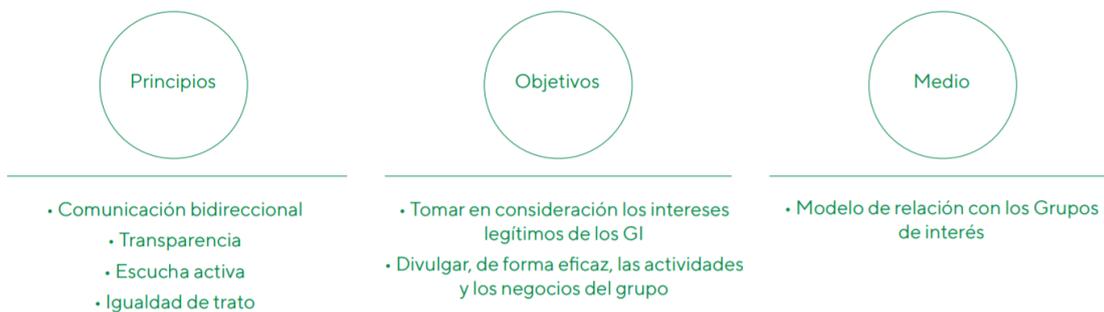
Otro de los puntos más destacados del informe es el punto 5 “contribución al bienestar de nuestras comunidades”. A través de procesos de consulta a las comunidades locales,

Iberdrola puede conocer las necesidades sociales de sus grupos más cercanos. Uno de los proyectos más destacables es el de “Electricidad para todos”, en el cual la empresa contribuye al llamamiento mundial para garantizar el acceso a energía asequible, además de calidad (ODS 7) con un objetivo definido: alcanzar 4 millones de beneficiarios del programa. Además, para 2030, han fijado el objetivo de llevar electricidad a 16 millones de personas (Iberdrola, 2018, pág. 185). En este punto también se mencionan las cinco fundaciones que tiene Iberdrola repartida entre los diferentes países en los que opera, explicando las estrategias y planes que llevan a cabo, así como las inversiones de capital que realizan.

Brevemente, en el punto 6 del informe se encuentran qué prácticas responsables son ejecutadas en su cadena de suministro.

Se puede observar llegando al final del informe que la importancia que se le otorga al buen gobierno y transparencia es muy notable. En este apartado se explica “la Política de relaciones con los Grupos de interés” aprobada en 2015. Los principales principios y objetivos que determinan esta política son los siguientes (ver figura 13):

Figura 13. Objetivos y principios de la Política de relaciones con los Grupos de interés



Fuente: Informe de sostenibilidad de Iberdrola 2018

Al final del informe, hay un apartado detallando algunas cuestiones en relación con la metodología de la realización del informe con un análisis de materialidad, así como la verificación externa del informe a través de KPMG y de PricewaterhouseCoopers.

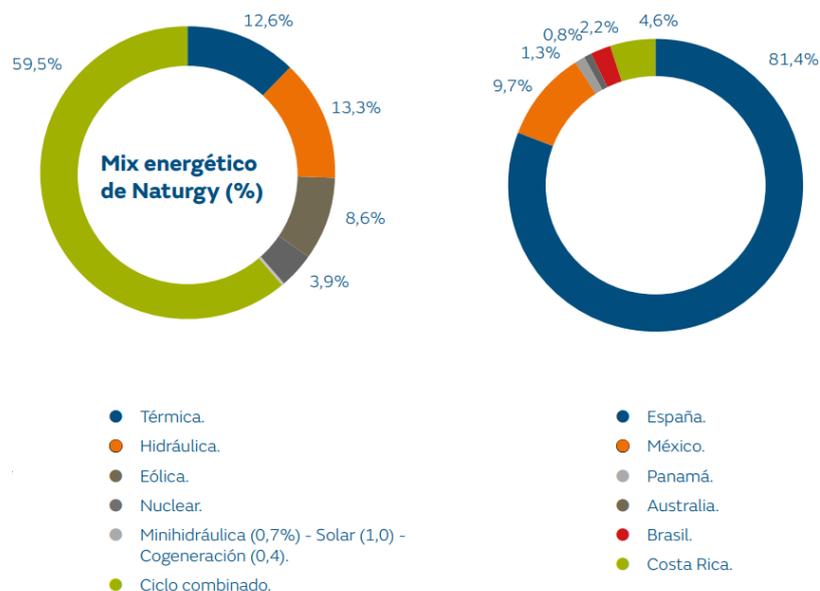
4.3.RSC EN NATURGY

Naturgy está presente en los sectores de la electricidad y gas desde la fase de obtención hasta la comercialización. Al finalizar el año 2018, Naturgy tenía 12.700 empleados de los cuales, casi la mitad trabajan fuera de las fronteras españolas. Con presencia en 30 países, ha generado al cierre del ejercicio 2018, un EBITDA de 4.019 millones de euros y un importe neto de cifra de negocios de 24.339 millones de euros. Su capital social es de 1.001 millones de euros. Combinando los clientes de gas (11 millones) y electricidad (7,4 millones), hacen un total de 18,4 millones (Naturgy, 2018, pág. 14) .

Se utilizará el informe de responsabilidad corporativa de 2018 de Naturgy publicado en su página web como principal fuente de información para el estudio que se hará a continuación.

En cuanto al mix energético de Naturgy (ver figura 14), la más abundante es la energía de ciclo combinado con casi el 60% del total (tecnología para gas), en cambio las renovables (eólica e hidráulica) abarcan el 31,9%, la de tipo nuclear, 8,6%. Del total de energía renovable del grupo, España es el país donde más se distribuye (ver figura 15).

Figura 14. Mix energético de Naturgy | Figura 15. Distribución energías renovables



Fuente: Informe de sostenibilidad de Iberdrola 2018

El informe comienza a modo introductorio con una breve descripción de cómo se posiciona sosteniblemente la empresa y su modelo de negocio. Seguidamente, en el apartado de gobernanza se central el foco de atención en el buen gobierno y transparencia con los riesgos que conlleva y el sistema de auditoría interna y *compliance* donde dicen dar *feedback* continuo al Comité de Ética y Cumplimiento (encargados de la gestión y cumplimiento del código ético de la compañía) (Naturgy, 2018, pág. 39).

Uno de los apartados con más relevancia dentro del informe es el de la responsabilidad corporativa de la empresa. Este capítulo comienza con la determinación de cuáles son los grupos de interés de la empresa (ver figura 16) así como la comunicación establecida con cada uno de ellos. Incluido en el apartado de responsabilidad corporativa, se menciona muy brevemente la integración de los ODS en las prácticas de la compañía.

Figura 16. Grupos de interés de Naturgy



Fuente: Informe de Responsabilidad Corporativa 2018

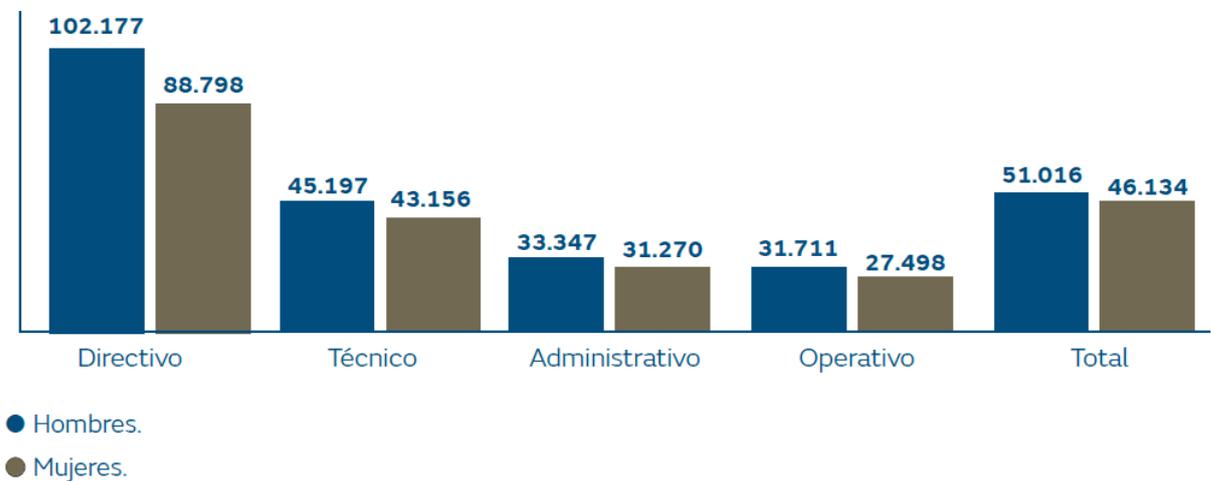
En el apartado de gestión del personal (en el informe recibe el nombre de “compromiso con las personas”) destacan numerosos premios, ranking y certificaciones que han obtenido en 2018, seguido de algunas iniciativas para la atracción de talento. Como son las prácticas profesionales para estudiantes, FP Dual (formación) y *on-boarding* (acompañamiento a nuevas incorporaciones). Algunos de los datos más destacados son:

- El 28,3% de los puestos directivos son mujeres

- En España, 2,4% de empleados con discapacidad
- De las nuevas contrataciones, el 30,15% son mujeres

En la figura 17 se puede ver la comparativa de diferencias salariales en los distintos niveles profesionales de la empresa. En total, los hombres cobran un 9.57% más que las mujeres, Esta diferencia se mantiene estable en los niveles profesionales operativo, administrativo y técnico, en cambio en el nivel directivo, la diferencia asciende a 13.1%.

Figura 17. Salario medio de hombres y mujeres por categoría profesional en España



Fuente: Informe de Responsabilidad Corporativa 2018

Mediante un sistema interno de comunicación con los empleados, llamado Servicio de Atención al Empleado (SAE), la empresa puede conocer las necesidades de los trabajadores, así como su nivel de satisfacción en diversos temas. Un claro ejemplo de ello es el cuestionario “de clima”, cuyos resultados dan paso a posibles acciones o puntos de mejora en un futuro para la empresa. Dispone de un programa llamado Universidad Corporativa mediante el cual a través del *Tech Academy* y *Transformation Leadership Academy*, consiguen formar y desarrollar profesionales para crear valor en línea con los objetivos estratégicos de la empresa (Naturgy, 2018, pág. 85)

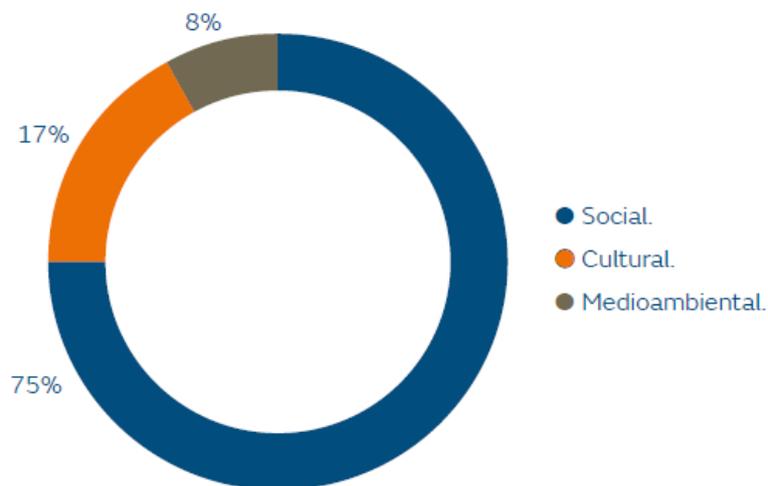
Seguidamente, Naturgy explica que los grupos de interés más relacionados con la seguridad y salud laboral y la prevención de riesgos son los empleados, los clientes, los

proveedores y la sociedad. A continuación, explican las distintas medidas que aplican al respecto y los datos más relevantes con el fin de mostrar el avance y el éxito de sus medidas (Naturgy, 2018, págs. 90-96).

Un total de 8.670 son los proveedores con los que Naturgy ha trabajado en 2018, a través de la gestión responsable de una cadena de suministro. En este punto explican detalladamente cómo es la cadena, a través del análisis de cada paso del proceso, como son el modelo de compras, la evaluación de proveedores y el seguimiento y desarrollo de estos (Naturgy, 2018, págs. 102-110).

Llegando a la parte final del informe, se encuentra el apartado de compromiso social. En la figura 18 se observa la distribución de fondos por tipo de acción, siendo la más abundante las de tipo social.

Figura 18. Distribución de por tipo de acción de los fondos



Fuente: Informe de Responsabilidad Corporativa 2018

En las zonas donde la empresa lleva a cabo inversiones con grandes impactos en las comunidades, a través del Measuring Impact del World Business Council for Sustainable Development (WBCSD), desarrolla iniciativas y programas para administrar los impactos

causados. Estos planes son aplicados sobre todo en sus plantas energéticas en África y América del Sur (Naturgy, 2018, pág. 118).

Los programas de voluntariado que hay para los empleados y las funciones y proyectos principales de la fundación Naturgy, se encuentran al final del apartado de sostenibilidad. Las iniciativas más destacadas de la fundación son las de creaciones de fondos para la rehabilitación energética, formación y emprendimiento social.

Por último, dentro del apartado de integridad y transparencia, Naturgy define sus políticas en relación a los derechos humanos, la fiscalidad, la gestión del código ético. Cabe destacar que mencionan las distintas multas y sanciones (importe y causa) que han recibido por parte de las entidades públicas.

A lo largo de todo el informe, en el comienzo de cada capítulo hay una tabla con las acciones propuestas a realizar en 2018, indicando en que estado se encuentran y las previstas para 2019. Al final del informe se adjuntan los anexos con la documentación que acreditan que el informe ha sido revisado externamente por Ernst & Young Global Limited.

5. CONCLUSIONES

Durante este estudio se ha realizado un análisis del concepto de RSC a partir de la revisión de distintas teorías y perspectivas, entendiendo así que la RSC no es una tendencia oportunista de gestión empresarial, sino que es un concepto que tiene una justificación, apoyada por numerosos expertos e investigaciones, dentro de la gestión de las empresas.

Debido a la creciente concienciación en el mundo empresarial de la integración de la RSC en las estrategias empresariales, las compañías han desarrollado distintos tipos de herramientas para analizar estas prácticas y gestionarlas de una manera más eficiente.

Una empresa puede hacer uso de la RSC como un componente de distinción respecto al resto de empresas siempre y cuando sea novedoso, es decir, en el momento en el que estas prácticas se generalizan entre las empresas del sector, los grupos de interés asimilarán que no es algo diferenciador.

El sector eléctrico español es un mercado tipo oligopolista, aunque la ley determine la libre y competencia ha sido criticado por ello frecuentemente. Además, el precio de la electricidad no viene determinada por la ley de la oferta y la demanda, sino que hay diversos factores como impuestos especiales sobre la luz.

Existen multitud de iniciativas, organizaciones y proyectos impulsados por las instituciones europeas y españolas en colaboración con las empresas para potenciar la aplicación de prácticas sostenibles en el sector eléctrico.

Los informes de RSC, que en este caso, las empresas lo denominan “Informe de Sostenibilidad”, a excepción de Naturgy, son un elemento útil para realizar un estudio de las empresas desde un punto de vista de análisis general de la actividad de la empresa y su impacto, que, por ejemplo, los inversores pueden tener en cuenta para la toma de decisiones. En cambio, los consumidores finales a la hora de elegir a qué compañía comprar, no consideran el informe como una herramienta para la toma de decisión.

En relación con el análisis de los informes de las tres empresas mencionadas, el contenido en términos generales es bastante completo y todas se guían por una metodología en torno a los grupos de interés.

En los tres casos, antes de comenzar con el análisis sostenible en sus empresas, realizan una breve descripción de la empresa, de sus actividades y sus resultados financieros del último ejercicio.

A lo largo de los informes se puede observar que tienen muy presente la integración de los ODS en sus políticas sostenibles. En este aspecto, Iberdrola destaca sobre el resto ya que, en cada uno de los apartados del informe, indican qué ODS están presentes en dichas acciones. En cambio, Naturgy solo menciona que se implican con dichos objetivos, pero no especifican cómo lo hacen.

Para la identificación de las necesidades de los grupos de interés de las empresas, Endesa es la que lleva un proceso más detallado en relación con las otras dos compañías. Explican cómo han identificado estas necesidades, cómo las clasifican, qué importancia le dan y de qué manera van a integrarlas en la estrategia de la empresa.

En el tema de gestión de personal, en los tres casos se realiza un análisis muy similar, que comprende las principales políticas de trato con personal, el código ético, la digitalización, la diversidad, la igualdad de género y la implicación con la integración de personas en exclusión social.

Endesa y Naturgy van especificando en cada apartado en qué estado se encuentra el cumplimiento de sus líneas de actuación, es decir si está en proceso, si se ha alcanzado dicho objetivo o si no se ha iniciado. Es un aspecto muy importante a tener en cuenta, por lo que Iberdrola debería seguir el ejemplo de las otras dos compañías.

En los tres informes se expone la gestión de la cadena de suministro de las compañías con planteamientos muy parecidos. Durante todo el proceso dicen asegurarse del cumplimiento de los derechos humanos y de reducir el impacto ambiental. Iberdrola no le otorga tanta importancia a este aspecto como las otras dos compañías.

Las tres compañías en colaboración con las instituciones públicas explican de qué manera contribuyen a que la población más vulnerable tenga acceso a la electricidad, pero nunca a través de ayudas económicas, puesto que es el Estado el que se encarga de eso. En este aspecto Naturgy muestra una implicación mayor debido a un plan de medición de impacto en las comunidades donde operan sus plantas energéticas.

El cambio climático es un asunto que recibe gran importancia en los tres casos, debido a la responsabilidad que tienen como empresas energéticas. En sus informes se puede ver el progreso de reducción de las energías nucleares y el aumento de las renovables, pero en los tres casos es un proceso muy lento.

Las fundaciones de las tres empresas llevan a cabo proyectos e iniciativas relacionadas con la actividad de las eléctricas, como son el voluntariado energético o la formación sobre el ahorro energético, introduciendo la creación de valor para ambas partes.

Podemos concluir que el informe de Endesa, a pesar de no ser el más extenso de los tres, es el más completo en relación con el concepto de RSC definido en este trabajo, debido principalmente a que es la empresa que lleva un análisis más profundo de las necesidades de los grupos de interés y en base a ello desarrolla sus prácticas en relación a la RSC. Esto no quita que los informes de Naturgy e Iberdrola queden muy desfasados respecto al de Endesa, puesto que las tres compañías perciben la RSC de una manera muy similar.

Estas empresas por actuar en un sector donde el impacto social y ambiental es muy elevado deben mantener una línea de actuación elevada, puesto que el potencial que tienen de crecimiento en términos de RSC es amplio.

6. BIBLIOGRAFÍA FINAL

- Anónimo. (2019). *El mercado eléctrico español en 2018, el segundo más caro de la historia*. Obtenido de <https://elperiodicodelaenergia.com/el-mercado-electrico-espanol-en-2018-el-segundo-mas-carro-de-la-historia/>
- Carroll, A. (1979). *A three-dimensional conceptual model of corporate social performance*. *Academy of Management Review*.
- CCE. (2001). *Libro Verde*. Bruselas.
- CERSE. (s.f.). *El Consejo Estatal de Responsabilidad Social de las Empresas (CERSE)*. Obtenido de <http://www.mitramiss.gob.es/es/rse/cerse/index.htm>
- CNMC. (s.f.). *Ámbitos de actuación*. Obtenido de <https://www.cnmc.es/ambitos-de-actuacion/energia/mercado-electrico>
- Comisión Europea. (2010). *COM (2010) 2020 final*. Bruselas.
- Comisión Europea. (2011). *COM(2011) 681 final*. Bruselas.
- Compact, U. G. (2019). *Misión, visión y valores*. Obtenido de [pactomundial: https://www.pactomundial.org/mision-vision-y-valores/](http://www.pactomundial.org/mision-vision-y-valores/)
- Consejo Europeo. (22 de Marzo de 2000). *Consejo Europeo de Lisboa*. Obtenido de European Parliament: http://www.europarl.europa.eu/summits/lis1_es.html
- Corporate Register. (s.f.). Obtenido de [corporate register: http://www.corporateregister.com/](http://www.corporateregister.com/)
- DataBank. (2019). *DataBank*. Obtenido de World Development Indicators: <https://databank.worldbank.org/data/reports.aspx?source=world-development-indicators>
- Endesa. (31 de Diciembre de 2018). *En cifras: Endesa*. Obtenido de <https://www.endesa.com/es/sobre-endesa/a201610-cifras.html>
- Endesa. (2018). *Informe de Sostenibilidad*. Endesa.

Expansión. (2017). *datosmacro expansión*. Obtenido de España - Esperanza de vida al nacer: <https://datosmacro.expansion.com/demografia/esperanza-vida/espana>

Ferry, K., & Fortune. (2018). *The World's Most Admired Companies*. Obtenido de Fortune: <http://fortune.com/worlds-most-admired-companies/>

Forética. (s.f.). *Sobre Forética*. Obtenido de <https://foretica.org/sobre-foretica/>

Forética, & Marca España. (2014). *RSE y MARCA ESPAÑA: Empresas sostenibles, país competitivo*. Madrid: Forética.

García, R. F. (06 de Julio de 2010). *Dimensiones de la responsabilidad social empresarial. Sus actores. Papel de las políticas públicas*. Obtenido de diarioresponsable: <https://diarioresponsable.com/opinion/11467-dimensiones-de-la-responsabilidad-social-empresarial-sus-actores-papel-de-las-politicas-publicas>

Gobierno de España. (2014). *Estrategia española de responsabilidad social de las empresas*.

Gobierno de España. (2014). *PLAN DE EMPRESA Y DERECHOS HUMANOS*.

González, E. (2007). *“La teoría de los stakeholders. Un puente para el desarrollo práctico de la ética empresarial y de la responsabilidad social corporativa*. Veritas.

Iberdrola. (2018). *Informe de sostenibilidad. Ejercicio 2018*.

IEA. (s.f.). *Global Engagement*. Obtenido de <https://www.iea.org/countries/Spain/>

ILO. (2006). *Iniciativa InFocus sobre responsabilidad social de la empresa*.

Kolb, R. (2008). *Encyclopedia of business ethics and society*.

- Krause, M. (2014). *Milton Friedman escandaliza: la responsabilidad social de los empresarios es aumentar sus ganancias*. Obtenido de <http://bazar.ufm.edu/milton-friedman-escandaliza-la-responsabilidad-social-de-los-empresarios-es-aumentar-sus-ganancias/>
- LRQA España. (s.f.). *LRQA*. Obtenido de ISO 14001 Sistemas de Gestión Ambiental: <http://www.lrqa.es/certificaciones/iso-14001-medioambiente/>
- Lucera. (s.f.). *Así funciona el mercado eléctrico en España*. Obtenido de <https://lucera.es/blog/asi-funciona-mercado-electrico-espana>
- Melé, D. (2007). *Responsabilidad Social de la Empresa: una revisión crítica a las principales teorías*. Ekonomiaz.
- Moldtrans, C. (17 de Septiembre de 2014). *Moldtrans* . Obtenido de España cuenta con cinco puertos entre los más importantes del transporte internacional: <https://www.moldtrans.com/espana-cuenta-con-cinco-puertos-entre-los-mas-importantes-del-transporte-internacional/>
- Najera, F. (3 de 8 de 2015). *Empresa responsable: triple dimensión económica, social y medioambiental*. Obtenido de <http://www.i-ambiente.es/?q=blogs/rsc-empresa-responsable-triple-dimension-economica-social-y-medioambiental>
- Naturgy. (2018). *Informe de Responsabilidad Corporativa* .
- Observatorio de RSC. (s.f.). Obtenido de Observatorio de RSC: <https://observatoriorsc.org/la-rsc-que-es/politicas-publicas/>
- OECD. (2019). *Data on Spain*. Obtenido de <https://www.oecd.org/spain/>
- OIT. (13 de Abril de 2016). *¿Qué es un empleo verde?* Obtenido de ILO: https://www.ilo.org/global/topics/green-jobs/news/WCMS_325253/lang--es/index.htm
- Oxfam. (2006). *Responsabilidad Social*. Obtenido de https://www.oxfamintermon.org/sites/default/files/documentos/files/061110_Documento_IO_RSC_OK.pdf

- Oxfam. (2006). *Responsabilidad Social Corporativa: nuestra visión*. Obtenido de https://www.oxfamintermon.org/sites/default/files/documentos/files/061110_Documento_IO_RSC_OK.pdf
- Pérez, A. (2005). *Edward Freeman: “La ética consiste en hacer cosas por los demás y por uno mismo”*. Compromiso Empresarial.
- RSC, O. d. (s.f.). *Observatorio de RSC: Quiénes somos*. Obtenido de Sitio Web del Observatorio de RSC: <https://observatoriorsc.org/inicio/que-hacemos/estudios/>
- Sabogal, J. (2008). *Aproximación y cuestionamiento al concepto Responsabilidad Social Empresarial*.
- Schwab, K. (2002). *Corporate Global Citizenship*.
- Spainsif. (s.f.). *Acerca de Spainsif*. Obtenido de Spainsif web site: <https://www.spainsif.es/acerca-de-spainsif/>
- Subcomisión parlamentaria de RSC. (2006). *Libro Blanco de la RSC*.
- Total. (2019). *NEWS*. Obtenido de <https://www.electricidad.total.es/casi-mitad-produccion-electricidad-en-espana-fue-de-origen-renovable-2018>
- UE. (2001). *libro verde*. Bruselas.
- weforum. (2002). *World Economic Forum*. NY, USA.