



FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y EMPRESARIALES

# **ANÁLISIS DE LA RESPONSABILIDAD SOCIAL CORPORATIVA DE LAS EMPRESAS DEL IBEX 35 Y SU EVOLUCIÓN A LO LARGO DE LA HISTORIA.**

Autor: Daniel Herreros Remeseiro

Director: Laura Gismera Tierno

Madrid

Marzo 2015

Daniel  
Herreros  
Remeseiro

**ANÁLISIS DE LA RESPONSABILIDAD SOCIAL CORPORATIVA DE LAS EMPRESAS DEL IBEX35  
Y SU EVOLUCIÓN A LO LARGO DE LA HISTORIA.**



# ÍNDICE

## **1. INTRODUCCIÓN**

- 1.1. Propósito General**
- 1.2. Contextualización**
- 1.3. Justificación**
- 1.4. Objetivos**
- 1.5. Metodología y estructura del trabajo de investigación**

## **2. ASPECTOS TEÓRICOS**

- 2.1. Responsabilidad Social**
- 2.2. Metodología para Medir la RSC**
- 2.3. Evolución de la RSC a lo largo de la historia**
- 2.4. IBEX 35**

## **3. RESPONSABILIDAD SOCIAL CORPORATIVA EN EL IBEX 35**

- 3.1. Inditex**
- 3.2. Iberdrola**
- 3.3. BBVA**
- 3.4. Día**

## **4. CONCLUSIONES FINALES**

## **5. BIBLIOGRAFÍA**

# 1. INTRODUCCIÓN

## 1.1. PROPÓSITO GENERAL

El propósito general de este trabajo de investigación es el estudio de la Responsabilidad Social Corporativa (RSC) en las empresas del IBEX 35. El objetivo principal consiste en intentar comparar la inversión, las estrategias y los proyectos de RSC de unas empresas y otras, analizar la posible correlación existente entre gasto en RSC e ingresos y ver en detalle cómo ha evolucionado este gasto en las últimas décadas así como las razones que han provocado dichos cambios. También, se contrastará la información dada según las propias empresas en sus memorias y según grupos externos. Finalmente, se intentará llegar a unas conclusiones finales en las sea posible analizar si la Responsabilidad Social Corporativa es un gasto o una inversión, si de verdad es voluntaria o es necesaria y, una vez comparadas las políticas de RSC de las distintas empresas, se intentará formular una hipótesis razonada de cuál es la mejor manera de llevar la RSC. Con esto, y siendo demasiado alto el número de empresas del IBEX como para analizar todas en profundidad cumpliendo con las exigencias de este trabajo, se ha decidido escoger cuatro empresas como muestra, procurando abarcar distintas áreas empresariales: Inditex (textil), Iberdrola (energética), BBVA (banca) y Día (alimentación).

El principal motivo por el que se ha elegido este tema, radica en la importancia de que las empresas tengan una buena responsabilidad con respecto a la sociedad, una preocupación que se lleva gestando varios siglos en todo el mundo, pero que no llega a consolidarse ni a ser universal y de obligatorio cumplimiento para todas las empresas que existen; y es que ya sea por una cuestión de ética, o bien por motivos legales, sociales o incluso con el único fin de competir con otras empresas, parece evidente que todas ellas han de tener en cuenta esta responsabilidad. Además, no cabe duda de que en los próximos años la importancia de la Responsabilidad Social Corporativa va a seguir aumentando y por ello creo que es un tema muy adecuado.

Por otra parte, es muy habitual leer o escuchar noticias de asuntos negativos de las empresas en relación con fraudes, problemas medioambientales o quejas

de clientes y trabajadores. Por esta razón, se puede deducir que la RSC es de vital importancia para las empresas, a menos que deseen ser víctimas de sus propios errores y emitir una mala imagen, que derivará en una publicidad poco beneficiosa para ellas mismas, que será difundida, a su vez, por los medios de comunicación y les podrá generar pérdidas en sus negocios.

En definitiva, el propósito es analizar el impacto que tiene la Responsabilidad Social Corporativa en las empresas del IBEX 35.

## 1.2. CONTEXTUALIZACIÓN

La Responsabilidad Social Corporativa ha existido desde la aparición de las primeras empresas, si bien, no se le daba la misma importancia que en la actualidad ni se parece a cómo la entendemos hoy en día. El concepto de RSC surge en los años 60, en Estados Unidos, en consecuencia de la guerra de Vietnam, cuando las empresas americanas intentan proyectar en los compradores una mejor imagen, haciéndoles ver que pueden colaborar con la sociedad adquiriendo productos y servicios de determinadas empresas. Esta atractiva idea, se propagó rápidamente en Estados Unidos hasta el punto en el que se crearon empresas cuya base y fin último era la responsabilidad social. Éste es el caso de Body Shop; tal y como dijo su fundadora Anita Roddick: *“El punto de los negocios no debería ser el dinero sino la responsabilidad”*. El término RSC no llegará a España ni al resto de Europa hasta la década de los 90. Es en este momento, en el que las empresas españolas dejan de preocuparse exclusivamente por maximizar sus beneficios, eludiendo cualquier otro tipo de responsabilidad, dándose cuenta de su potencial como defensoras de la sociedad y del medio ambiente y de que pueden, no sólo ser de ayuda, sino de que, además, esto jugaría a su favor con el objeto de mejorar su imagen de marca.

A partir de este momento y con una muy rápida expansión del término, tanto en la teoría como en la práctica, las grandes empresas españolas empiezan a dar cada vez mayor importancia a la colaboración con la sociedad.

En la actualidad, la RSC es un fenómeno que ha adquirido una importancia vital en el mundo empresarial ya que ha habido un claro aumento de la importancia de aspectos como la ética social y la preocupación medioambiental. La responsabilidad ya no se trata solamente de un objetivo más de la empresa, ni siquiera parece que sea algo voluntario, sino se está convirtiendo en una obligación, un asunto prioritario que requiere una revisión profunda y periódica. Este nuevo término está suponiendo a las empresas, un cambio en la forma de operar y en la hora de establecer su visión y misión; hoy en día es prácticamente imposible encontrar grandes grupos empresariales que no mencionen la responsabilidad social en su visión y sin un plan de RSC, ya que de lo contrario, su imagen podría resultar altamente dañada.

### **1.3. JUSTIFICACIÓN**

Es un tema que me gusta y del que me apetece hacer este trabajo porque es un tema actual del que se habla continuamente. Existen leyes en España para favorecer la colaboración con la sociedad, por parte de las empresas y además, la RSC puede serles de ayuda a la hora de cumplir su objetivo más importante que es el de maximizar sus beneficios. En la actualidad, a las empresas se les exige transparencia y comportamiento ético por parte de los consumidores y los Gobiernos, por ello la RSC está adquiriendo una importancia cada vez mayor.

En mi caso, este tema me interesa mucho puesto que no solo estudio administración de empresas sino que en un futuro me gustaría emprender y tener mi propia empresa por lo que todo lo que tiene que ver con las empresas me entusiasma. En concreto, la RSC me parece un tema bastante interesante ya que es novedoso y me gustaría poder comprobar si de verdad puede afectar de una manera determinante al correcto o incorrecto funcionamiento de la empresa.

## 1.4. OBJETIVOS

El principal objetivo que se pretende es el de medir el impacto y la importancia que tiene la RSC en las empresas del IBEX 35. También va a resultar interesante comparar el uso de la RSC entre unas empresas y otras de diferentes sectores. Otro objetivo relacionado con el anterior es analizar todos los aspectos relacionados con el término de Responsabilidad Social Corporativa.

El siguiente objetivo que ha sido fijado es el de explicar cómo se ha llevado a cabo el proceso de transformación de RSC en España y en el Mundo y qué razones han impulsado este cambio.

Finalmente, el fin sería el de analizar los beneficios de usar una correcta RSC y ver si hay una clara correlación entre beneficios y RSC o son 2 aspectos totalmente diferentes.

## 1.5. METODOLOGÍA Y ESTRUCTURA DEL TRABAJO DE INVESTIGACIÓN

Para llevar a cabo este trabajo y cumplir con los objetivos fijados, se va a dividir en dos grandes partes:

- **Parte teórica.** En este apartado explicaremos los principales aspectos relacionados con el tema.
  - A. RSC
  - B. Métodos para medir RSC
  - C. RSC a lo largo de la historia
  - D. IBEX 35
- **Parte de análisis e investigación.**
  - A. Pequeña introducción sobre el impacto que tiene la RSC hoy en día en las empresas del IBEX 35. En este apartado se ofrecerá una visión muy general del tema, sin particularizar en las empresas.

- B. Análisis de Inditex
- C. Análisis de Iberdrola
- D. Análisis de BBVA
- E. Análisis de Día

En cada uno de estos apartados sobre las distintas empresas se analizarán:

- **Datos generales:** una breve introducción sobre la historia de la empresa y sobre su situación actual.
- **Problemas con RSC:** escándalos y polémicas que ha sufrido la empresa y que hayan podido afectar negativamente a su RSC.
- **RSC en cuanto a datos internos:** se expondrá el trabajo de investigación sobre la RSC según la propia empresa, es decir, a partir de la información obtenida de sus memorias y página web.
- **RSC en cuanto a datos externos:** algunos análisis y estudios que se han hecho sobre su RSC desde un punto de vista externo a la empresa. Además de certificaciones y posibles reconocimientos que haya podido recibir la empresa por su RSC.
- **Conclusiones:** se hará una crítica y comparación final.

## **2. ASPECTOS TEÓRICOS**

### **2.1. RESPONSABILIDAD SOCIAL**

La Responsabilidad Social Corporativa (RSC), también llamada Responsabilidad Social Empresarial (RSE) tiene multitud de definiciones válidas, siendo una de las más sencillas de entender: “La gestión responsable de las organizaciones empresariales”. Otra definición, presente en el Libro Verde de la Unión Europea es: “La integración voluntaria, por parte de las empresas, de las preocupaciones sociales y medioambientales en sus operaciones comerciales y sus relaciones con sus interlocutores”.

Una tercera, más extensa, viene dada por el Foro de Expertos del Ministerio de Trabajo y Asuntos Sociales: “La RSE es, además del cumplimiento estricto de las obligaciones legales vigentes, la integración voluntaria en su gobierno y gestión, en su estrategia, políticas y procedimientos, de las preocupaciones sociales, laborales, medioambientales y de respeto a los derechos humanos, que surgen de la relación y el diálogo transparentes con sus grupos de interés, responsabilizándose así de las consecuencias y los impactos que se deriven de sus acciones”.

Para llevar a cabo una RSC correcta no sirve simplemente con cumplir las obligaciones jurídicas; es necesario ir más allá, por eso, en la definición de la UE aparece el concepto de “voluntaria”. En la definición también aparecen otros dos conceptos clave que nos permiten aclarar qué es la RSC, como por ejemplo: “sociales y medioambientales”. Estos dos aspectos, el social y medioambiental, unidos al económico (que se da por hecho por tratarse de empresas) son los tres pilares de una completa y correcta RSC. Para terminar con la explicación de la RSC según la UE habría que mencionar a los principales interlocutores, siendo éstos los clientes, los trabajadores, los proveedores, las administraciones públicas, los propietarios, otras empresas y, por último, el medio ambiente.

Según el Observatorio de Responsabilidad Social Corporativa de España, que se dedica a realizar estudios y sensibilización de la RSC, define la Responsabilidad Social Corporativa como la forma de dirigir las empresas

basándose en la gestión de los impactos que su actividad genera sobre sus respectivos clientes, empleados, accionistas, comunidades locales, el medioambiente y sobre la sociedad en general.

Los cinco principios sobre los que se basa la RSC serían:

- Cumplimiento de la legislación.
- Global y transversal.
- Ética y coherencia.
- Gestión de impactos.
- Satisfacción de expectativas y necesidades.

La Responsabilidad Social Corporativa puede provocar aumentos en los beneficios y en la popularidad de la empresa, añadidos a las consecuencias positivas obvias que produce sobre la sociedad.

Para culminar con la parte teórica sobre la RSC, es importante destacar que no afecta exclusivamente a una parte de la empresa ni se trata de un departamento específico de ésta, sino que debe estar presente en toda la actividad diaria empresarial y, por tanto, todos los trabajadores han de tenerla en mente a la hora de actuar. Otra característica de la RSC es que debe tener permanencia en la empresa, por lo que debe estar planificada y diseñada a largo plazo para poder asegurar la sostenibilidad de la empresa en este sentido.

## **2.2. METODOLOGÍA PARA MEDIR LA RSC**

Hay varias formas para medir y comparar las RSC de las distintas empresas. Una forma muy sencilla, aunque no muy completa, es la Pirámide de Carrol. Según este modelo, hay cuatro niveles de responsabilidades; por lo tanto, cuantos más niveles cubra la empresa, mejor será la RSC. El problema de este método es la difícil comparación entre unas empresas y otras, ya que muchas de ellas pueden cubrir los cuatro niveles de responsabilidades pero la forma y la cuantía de RSC no quedan registradas.

- **Responsabilidades Económicas:**

Constituyen la base de la pirámide y son entendidas como la producción de bienes y servicios que los consumidores necesitan y desean. Se trata de la base de la empresa. En el caso de que ésta no cumpla las responsabilidades económicas, no obtendrá beneficios y, por lo tanto, no será viable a largo plazo.

- **Responsabilidades Legales:**

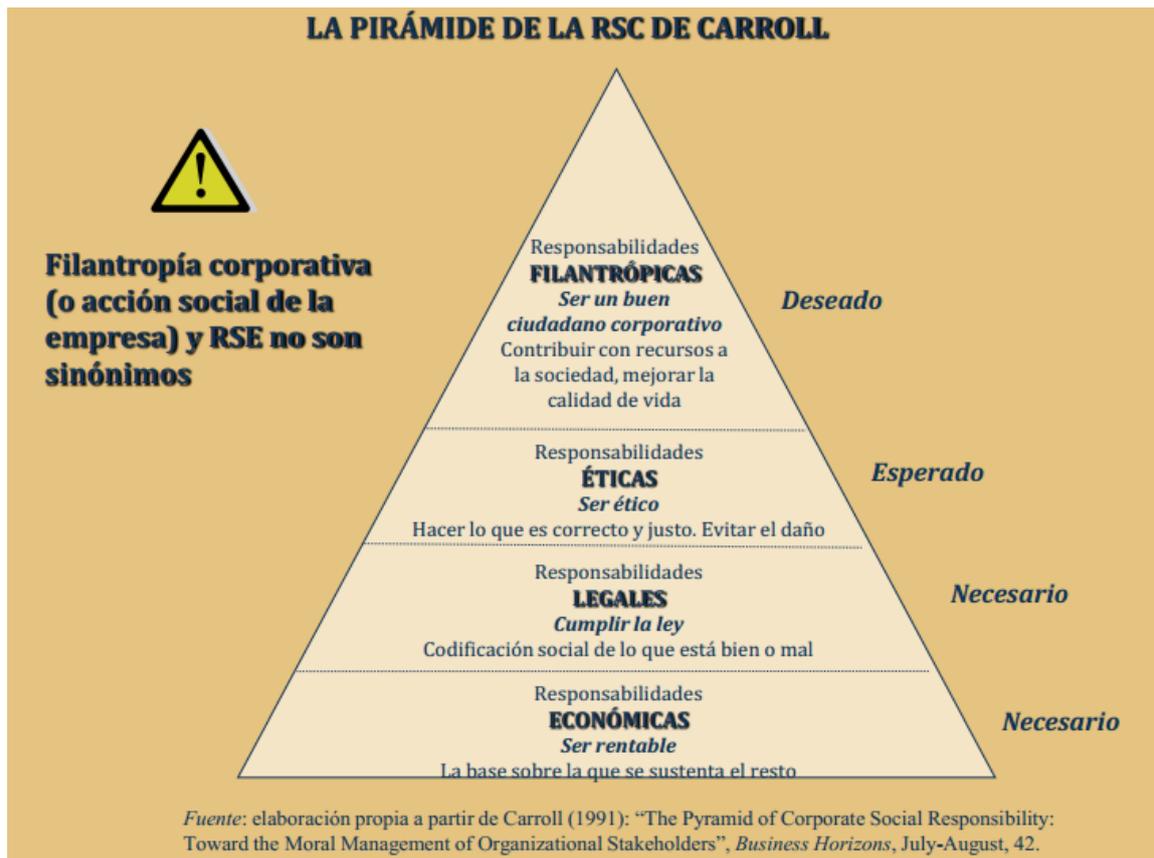
Consisten en el cumplimiento de las leyes. Al igual que las anteriores, también son imprescindibles, ya que en el caso de no cumplirse, la empresa será susceptible de recibir multas y sanciones, lo que provocará que tampoco pueda ser viable a largo plazo por estar saltándose la legalidad.

- **Responsabilidades Éticas:**

Establecen las acciones correctas, justas y razonables, a la vez que se encargan de evitar o minimizar el daño a los grupos con los que se relaciona la empresa. Estas responsabilidades implican el respeto por aquellas actividades y prácticas que la sociedad espera, por un lado, y evitan las que ésta rechaza, por otro, siempre teniendo en cuenta que dichas actividades no se encuentren prohibidas por la ley.

- **Responsabilidades Filantrópicas:**

Comprenden aquellas acciones corporativas que responden a las expectativas sociales sobre la buena ciudadanía corporativa. Estas acciones incluyen el involucramiento activo de las empresas en actividades o programas que se encargan de promover el bienestar social y que mejoran la calidad de vida de la población. Es una actividad voluntaria de la empresa que no está relacionada con el conjunto de sus actividades empresariales.



*Fuente: Apuntes de la asignatura Estrategia Empresarial (ICADE)*

Otra forma para medir la RSC es por medio de encuestas de opinión, y poniendo nota a las distintas actividades de las empresas. Dichas encuestas deben hacerse a clientes, trabajadores de la propia empresa, proveedores y todas las personas que puedan tener alguna relación con la empresa. Para que los resultados sean lo más ajustados posibles a la realidad es necesario que estas encuestas sean siempre anónimas. Este método también tiene aspectos negativos, siendo el más evidente, su carácter subjetivo; sin embargo, puede resultar de gran utilidad como orientación o primer acercamiento a los datos de la RSC.

Por último, existe un tercer método, opuesto al anterior. Es totalmente objetivo y se basa en el análisis de los datos de las empresas que se quiere investigar y a partir de ahí, comparar con los datos obtenidos. El mayor inconveniente de este sistema es la dificultad para obtener los datos de RSC de las empresas ya que no suele haber total transparencia en las empresas en este tema. Estos datos se pueden obtener a partir de las páginas web de las propias empresas y en las

memorias que éstas suelen publicar tanto trimestral, como anualmente. Sin embargo, al correr la redacción de éstas a cargo de cada empresa, existe el riesgo de que la información publicada no sea totalmente cierta o exacta.

### **2.3. EVOLUCIÓN DE LA RSC A LO LARGO DE LA HISTORIA**

Aunque la Responsabilidad Social Corporativa actual no aparece como tal hasta el siglo XX, su origen se podría situar en el momento en el que una empresa se ve afectada por los primeros problemas con respecto a su entorno. Esto ocurre durante la segunda mitad del siglo XVIII y principios del XIX, como consecuencia directa de la Revolución Industrial. En esta época, la aparición de la nueva maquinaria moderna y el auge de la producción en serie, hace que muchas personas pierdan sus puestos de trabajo, lo que deriva en grandes revueltas en contra de las empresas y de sus responsables en ese momento. Es aquí cuando aparecen los primeros cambios de la empresa en relación a su responsabilidad con la sociedad.

Los consumidores no ven con buenos ojos el enriquecimiento de las empresas, debido al aumento de sus beneficios, en un momento en el que el nivel económico de la población (que es a la vez, consumidor), se ha visto disminuido tras las grandes guerras ocurridas en la primera mitad de siglo.

Si el nacimiento de la responsabilidad social nace a raíz de la presión que recibe por parte de la sociedad del siglo XIX, empieza a tomar importancia en la segunda mitad del siglo XX, en un período en el que la imagen de las empresas de pequeño y mediano tamaño, así como las grandes multinacionales se encuentra particularmente dañada.

Es en esta época, durante las décadas de los años 60 y 70, y con la polémica Guerra de Vietnam como telón de fondo, en la que aparecen los primeros movimientos sociales que cuestionan los aspectos que identificaban el estilo de vida norteamericano y su participación en conflictos armados.

En este estado de cosas, las empresas estadounidenses deciden aprovechar el conflicto (que estaba generando grandes pérdidas económicas y humanitarias) y el descontento de la población, usándolo a su favor, para desarrollar el concepto de responsabilidad social. El objetivo es lograr ejercer influencia en el país, beneficiando su situación económica, buscando la aceptación de los clientes y mejorar la imagen de cara a ellos, haciéndoles ver que al comprar productos o servicios, o al invertir en una determinada empresa, estarían colaborando con la sociedad y por el fin de dichos conflictos sociales. Los procesos a los que deben prestar más importancia son los referidos a la producción y al incentivo de la cultura del consumismo.

Durante la década de los 80, el concepto del Estado de Bienestar comienza a verse afectado en Norteamérica, y ello lleva a poner la vista en nuevas metas para conseguir recuperar esa calidad de vida e idea de bienestar; siendo éste otro aspecto en el que las empresas quieren implicarse.

Pero después de los años 80 y con escándalos como el de Chernóbil o Bophal, el conocimiento sobre la explotación de las grandes empresas, sobre todo de la industria textil, a trabajadores en países asiáticos hace saltar las alarmas. Atrás quedan ya las teorías en contra de la nueva tendencia de la responsabilidad social, siendo un claro ejemplo la de M. Friedman (“The business of business is business”).

A partir de este momento la RSC deja de ser algo voluntario para las empresas y se convierte en algo necesario si quieren sobrevivir en un mercado cada vez más competitivo. Como se puede apreciar el nacimiento de la RSC es voluntario, ya que no hay obligación legal, pero a la vez obligado por las demandas del mercado y tiene un gran desarrollo en muy poco tiempo.

La Responsabilidad Social Corporativa no llegará a Europa y a España hasta los años 90. Una de las principales causas de este desfase temporal en relación a su aparición en América del Norte, es el legado de desolación, pobreza y problemas económicos provocados por la Segunda Guerra Mundial. Europa se encuentra destruida física y económicamente y por lo tanto las empresas y los consumidores piensan exclusivamente en la recuperación. Es el impulso de

organismos internacionales y grupos sectoriales los que promueven la creación de códigos de conducta, directrices y normas, así como otros instrumentos para la implantación de la RSC como una estrategia empresarial a largo plazo, que busca promover el desarrollo de las naciones europeas.

En conclusión, desde un punto de vista tanto teórico como práctico, la Responsabilidad Social es un fenómeno en constante evolución, pero se trata de un movimiento que se debe concebir a largo plazo, siendo controlado periódicamente para asegurar su adaptación a las etapas que cada empresa debe pasar a lo largo de su trayectoria.

En la actualidad, deben tenerse en cuenta ante todo dos elementos clave a los que debe prestarse atención a la hora de controlar la RSC de las empresas:

- **La innovación y las nuevas tecnologías:** si, en su momento, fueron las máquinas del de la Revolución Industrial las que impulsaron los movimientos a favor de la responsabilidad social de las empresas hacia los trabajadores en concreto, hoy en día, la innovación es también el motor del crecimiento.

En los primeros años de la historia de la RS, ésta consistía casi exclusivamente en llevar un buen comportamiento en términos de derechos humanos o de los derechos laborales, o incluso en el respeto por el medio ambiente.

Pero con el paso del tiempo, la RSC se refiere también a la creación de nuevos valores tangibles en términos de nuevas operaciones y soluciones que puedan aportar valor a las empresas y producir, al mismo tiempo, impactos positivos en la sociedad y el medioambiente. Los esfuerzos de innovación hoy en día consisten en resolver problemas de alimentación, la escasez de agua, los problemas de la brecha digital, el cambio climático o la escasez de energía.

El ámbito de las tecnologías digitales, de la inteligencia artificial, así como de la nanotecnología, Internet móvil, la computación en la nube, el almacenamiento de energía y las energías renovables, es en el que se está

produciendo una mayor preocupación por la innovación, con el fin de introducir nuevas prácticas para lograr el bienestar a nivel mundial.

- **La sostenibilidad global:** las condiciones para la sostenibilidad global están siendo definidas en este momento, en la forma de los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODSs) – un conjunto de objetivos de sostenibilidad que abarcarán los temas relacionados con el medio ambiente, con la sociedad y con la política – dichos objetivos deben ser alcanzados en el 2030 para todos los países desarrollados y en desarrollo.

Está previsto que esos objetivos se lancen en 2015 y que contengan las claves para garantizar que las empresas sean más responsables en todo el mundo y se comprometan para alcanzar esas metas en un período de tiempo de 15 años, a través de soluciones sociales tecnológicas y económicas innovadoras.

Los ODSs deben ser incluir mecanismos de participación, incluyendo la información regular y transparente; deben implicar planes de acción nacionales que reflejen los nuevos objetivos globales.

Pero estos aspectos deben tomar aún forma para llegar a ser factibles por las empresas y cuando esto ocurra, tendrán una repercusión directa en el campo de la RSC. A partir de entonces, las empresas serán evaluadas como empresas responsables no solamente por el acuerdo con sus stakeholders sino también por su efectividad a través de sus acciones para lograr los ODSs. Nuevas prácticas como el “goals-setting” o establecimiento de objetivos pasarán a ser de vital importancia.

Por último, la RSC se relaciona en medio de una sociedad que está haciendo frente a la salida de una crisis económico-financiera a nivel mundial y que se está definiendo como una sociedad de grandes desigualdades. Según Brjnyolsson y McCaffee, *“los avances en la tecnología, especialmente en las tecnologías digitales, están impulsando una redistribución sin precedentes de la riqueza y los ingresos”*. Se requieren por tanto nuevos esfuerzos teóricos y prácticos para que la RSC y este fenómeno de desigualdad creciente se conecten. La Responsabilidad Social de las empresas es no permanecer ajena a dicho contexto

y en la etapa actual, parece evidente que el concepto de “responsabilidad corporativa” terminará derivando hacia uno más amplio, el de “responsabilidad social”.

## **2.4. IBEX 35**

Según la Bolsa de Madrid el IBEX 35 es: “el índice formado por los 35 valores más líquidos cotizados en el Sistema de Interconexión Bursátil de las cuatro Bolsas Españolas. Técnicamente es un índice de precios, ponderado por capitalización y ajustado por el capital flotante de cada compañía integrante del índice”. Las cuatro Bolsas Españolas son las de Madrid, Barcelona, Valencia y Bilbao. El IBEX 35 se fundó en 1992 aunque, gracias a numerosas estimaciones, hay datos históricos desde 1989.

En la actualidad, el IBEX se está recuperando de la Crisis que le afectó de manera dramática. En los años previos a dicha crisis, el IBEX 35 había alcanzado su máximo histórico con 11.523,50 puntos pero durante ésta, se ha visto sumida en un gran descenso continuo y prolongado, llegando a su punto más bajo en 2012, bajando de los 6.000 puntos básicos. Hoy en día, pasado el primer trimestre del año 2015, ya ha recuperado los 11.000 puntos y si continúa subiendo de la misma manera podrá alcanzar los máximos históricos durante el transcurso de este año.

### **3. RESPONSABILIDAD SOCIAL CORPORATIVA EN EL IBEX 35**

Se habla mucho de la gran importancia que está cobrando la RSC en las grandes empresas pero, ¿es esto verdad? Se va a realizar un estudio de algunas de las grandes empresas del IBEX 35 para comprobar si esto se cumple o no en la práctica. Las cuatro empresas que van a ser objeto de estudio son Inditex, Iberdrola, BBVA y Día; todas ellas españolas y cotizando en España, aunque algunas de ellas también lo hagan en otros mercados extranjeros.

#### **3.1. INDITEX**

##### **A. Datos Generales**

*“La idea de mejorar está siempre presente en nuestro Grupo”* Pablo Isla, presidente de Inditex

Inditex es uno de los principales distribuidores de moda del mundo, en crecimiento y expansión constante, con sus 8 formatos comerciales y con más de 6400 tiendas en los cinco continentes.

El grupo empieza su actividad empresarial en el año 1963, enmarcada dentro del sector textil, como fábrica de ropa femenina y funda su primer punto de venta en el centro de A Coruña, España, bajo el nombre de ZARA.

Tras el buen recibimiento de la firma, comenzará su expansión por toda España, y el mundo, más adelante, proceso en el que aún se encuentra.

La expansión en el extranjero tiene lugar con la apertura de la primera tienda en Oporto, Portugal, en el año 1988, y continuará abriéndose paso en el mercado estadounidense, francés, mexicano, griego, belga, sueco, inglés y poco a poco, se va instalando en las ciudades más importantes de Asia, África y América....

En el año 1991, teniendo Inditex menos de 30 años de historia, se incorporan al Grupo las marcas Pull&Bear y Massimo Dutti, orientadas hacia un público de menor nivel económico la primera, y de mayor, la segunda. Siete años más tarde lanzarán Bershka – destinada a jóvenes- y otro año más tarde, Stradivarius. En el año 2001 se lanza la nueva marca de lencería, Oysho. En el 2003, Zara Home se convierte en la séptima marca del Grupo. Por último, en el 2008, Uterqüe es lanzada como nueva marca de complementos, siguiendo una línea más sofisticada.

La salida a bolsa de Inditex se produce el 23 de mayo de 2001, lo que marca un aumento de sus ventas que se refleja en los más de 6400 puntos de venta, en 88 mercados distintos. Forma parte de índices bursátiles como IBEX35, FTSE, Eurotop 100 y Eurostoxx 600, así como de índices de sostenibilidad como Ftse4Good y Dow Jones Sustainability. Su situación en bolsa es envidiable, en 2011 el precio de su acción no llegaba a los 10 euros y actualmente se sostiene por encima de los 20 euros.

El principal objetivo del Grupo, y así lo expresa en su página web oficial, es *“ofrecer productos de máxima calidad a todos sus clientes, garantizando la sostenibilidad de sus procesos a largo plazo”*, desarrollando todas sus operaciones bajo un prisma ético y responsable, inspiradas en el Código de Conducta y Prácticas Responsables, en el que se concretan los protocolos de salud y seguridad del producto, la metodología de auditorías sociales y el protocolo de sostenibilidad medioambiental.

Los más de 130.000 profesionales, de 130 nacionalidades distintas, que integran la compañía están enfocados en conseguir el propósito del Grupo – ofrecer moda de calidad a sus clientes de los cinco continentes – mediante un eficiente sistema logístico radicado en España, que lleva a todas las tiendas del Grupo productos nuevos dos veces por semana.

## ACTUALMENTE

El ritmo de apertura de tiendas que sigue Inditex desde hace décadas es continuo y constante: Inditex se ha propuesto inaugurar en el próximo año entre 420 y 480 nuevas tiendas en el mundo, pero al mismo tiempo prevé cerrar entre 80 y 100. El motivo es lograr que, donde antes se encontraban varios locales pequeños, se unifiquen ahora en uno solo, pero con espacio suficiente para aglutinar los antiguos. Ésta es la apuesta de Inditex para un futuro cercano, aumentar en m<sup>2</sup>.

Datos <b>INDITEX</b>	2012	2013	2014
<b>EMPLEADOS</b>	120.314	128.313	137.054
<b>VENTAS (mill de €)</b>	15.946	16.724	18.117
<b>RESULTADO NETO (mill de €)</b>	2.367	2.382	2.501

*Fuente: elaboración propia, basado en la Memoria Anual de Inditex, año 2013*

## B. Problemas en cuanto a RSC

Los grandes problemas y polémicas que ha sufrido esta empresa están básicamente relacionados con la explotación infantil en países subdesarrollados. También se ha visto inmersa en una denuncia de la organización Greenpeace que denunció a la empresa española por el uso de tintes que atentaban contra la salud de los clientes.

## C. RSC Según Datos Internos

En cuanto a su RSC, destacan dos organismos: el Comité de Ética y el Consejo Social. El primero de éstos, está compuesto por el Secretario General y Director de Cumplimiento Normativo, el Director de Recursos Humanos, el

Director de Responsabilidad Social Corporativa y el Director de Auditoría Interna. Su principal función es garantizar que tanto los empleados como los fabricantes y proveedores cumplan estrictamente y sin excepción las normas éticas y de responsabilidad internas y externas a la empresa. El Consejo Social tiene más bien una función asesora; está formado por 6 miembros de distintos departamentos y no se reúne con mucha frecuencia, entre una o dos veces al año, de media.

Para Inditex, la sostenibilidad es el punto de partida en toda la toma de decisiones. Se han apropiado del término “Right to Wear” como su principal objetivo en cuanto a la sostenibilidad. Este objetivo se puede resumir como la obtención de productos éticos, seguros y respetuosos con el medioambiente y sociedad. Inditex, presume de esta sostenibilidad en relación con el producto, empleados, proveedores, comunidad y medioambiente.

- **Producto:** pese a los escándalos mencionados en el punto anterior, Inditex, defiende que ellos siempre cumplen estrictamente todas las normas de seguridad, calidad y salud por medio de sus políticas: “Clean to Wear” y “Safe to Wear”.
- **Empleados:** su cultura corporativa se basa en el trabajo en equipo, respeto, gran auto exigencia y comunicación entre empleados. Las cualidades que el Grupo destaca siempre de sus trabajadores son el inconformismo y la toma de decisiones teniendo en cuenta siempre la ética. Inditex, facilita a todos sus empleados un Código de Conducta y Prácticas Responsables en el que están fijados todos los criterios de actuación que deben servir de guía para los empleados a la hora de desempeñar sus labores.
- **Proveedores:** Inditex tiene más de 1.500 proveedores repartidos por todo el mundo, aunque más de la mitad son españoles, lo que permite un mayor control sobre ellos. Para los proveedores, el Grupo tiene otro código, el Código de Conducta de Fabricantes y Proveedores. Su principal objetivo es el de “Garantizar una cadena de suministro estable y sostenible”, Inditex ha dado una gran importancia a este objetivo a medida que la empresa iba creciendo. Ha elaborado diferentes estrategias a lo largo de su historia pero

siempre tratando de que haya total transparencia con los proveedores. Para asegurarse que los proveedores cumplen con todas las normas, es obligatorio que estos se sometan a auditorías anuales y posteriormente se les evalúa con las notas A, B, C, PAC y PR. En los Planes de Acción Correctivos, uno de los objetivos es que la gran mayoría (más del 90%) de proveedores y fabricantes estén calificados como A o B. En las últimas memoria de Inditex, en 2013, es la primera vez que la mayoría de los proveedores se califican con la nota A (44%).

- **Comunidad:** en este sentido el objetivo marcado por Inditex es el de “Mejorar la calidad de vida de las personas a partir de, principalmente, la educación, el bienestar social y la acción humanitaria”. Para cumplir esto el Grupo textil colabora con asociaciones sin ánimo de lucro bajo el nombre de LBG. En sus últimas memorias Inditex registró el gasto de 23.143.014 euros en diversos programas entre los que destacan los llevados a cabo en Asia, Brasil, África y Turquía colaborando con ONGs locales y otras más grandes como “Médicos sin fronteras”, siempre con la intención de mejorar la calidad de vida en los países subdesarrollados. Además, tiene distintos programas en España centrados esencialmente en las personas con riesgo de exclusión Social.

CATEGORÍA	2013	%
Aportación Puntual	8.110.224 €	35%
Inversión Social	13.445.072 €	58%
Iniciativa Alineada con el Negocio	1.587.698 €	7%
<b>TOTAL</b>	<b>23.143.014 €</b>	<b>100%</b>

Fuente: elaboración propia, basado en la Memoria Anual de Inditex, año 2013

ÁMBITO GEOGRÁFICO	2013	%
España	7.625.649 €	33%
Europa (sin España)	1.803.485 €	8%
América	7.311.434 €	31%
África	1.300.448 €	6%
Asia	4.784.801 €	21%
Global	317.197 €	1%
<b>TOTAL</b>	<b>23.143.014 €</b>	<b>100%</b>

Fuente: basado en la Memoria Anual de Inditex, año 2013

- **Medioambiente:** su política medioambiental está centrada en tres ramas estratégicas, Estrategia Global de Gestión del Agua, Estrategia Global de Energía y Estrategia de Protección de la Biodiversidad. Inditex garantiza el uso racional del agua y del vertido cero, uso de materiales sostenibles, tiendas ecoeficientes y formación ambiental obligatoria para sus empleados.

#### D. RSC Según Datos Externos

El primer estudio que se va a comentar es “La Responsabilidad Social Corporativa en las memorias anuales de las empresas del IBEX 35”. Es un estudio que el Observatorio de Responsabilidad Social Corporativa realizó durante diez años consecutivos, de 2003 a 2013; por lo tanto, se hablará de su último estudio sobre las Memorias de las empresas del IBEX 35, el que analiza los resultados de 2012.

	MEDIO AMBIENTE	DERECHOS HUMANOS Y LABORALES	COMUNIDAD	CORRUPCIÓN	CONSUMO	TOTAL CONTENIDO	TOTAL SISTEMAS DE GESTIÓN	TOTAL EMPRESA
INDITEX	1,71	1,65	1,79	1,8	1,5	1,69	1,92	1,73
MEDIA IBEX	1,37	1,04	1,28	1,16	1,12	1,19	1,41	1,23

*Fuente: Observatorio de Responsabilidad Social Corporativa*

Como se puede comprobar, según los datos del Observatorio de RSC Inditex está por encima de la media, a pesar de que sigue siendo una información escasa según dicho informe. En la puntuación general obtuvo un 1.73 sobre 10, siendo la segunda mejor puntuación del IBEX – sólo superado por REC (1.94) –.

En el año 2012, el Observatorio de Responsabilidad Social Corporativa realizó otro estudio sobre las empresas españolas, centrándose en este caso en el tema

de los Derechos Humanos. En este informe, se llega a la conclusión de que Inditex tiene un gran compromiso por respetar los Derechos Humanos en todos los países en los que opera y para ello usa su Código Ético, válido para todos los países sin excepción.

Por otro lado, en las conclusiones del análisis de Inditex se puede apreciar que hay ciertas dudas, debido a dos razones principalmente. La primera es la imposibilidad de estudiar uno a uno a todos sus proveedores ya que son muy numerosos y están repartidos por todo el mundo y el segundo problema que surge, también relacionado con el primero, es si, aunque cumplan las leyes laborales de todos los países en los que trabajan, estarían cumpliendo con los derechos humanos o no.

Otro análisis externo importante en los últimos años fue el de Greenpeace en 2012. Greenpeace criticó duramente a Inditex y acusó al Grupo de mentir en muchos de los aspectos de su Responsabilidad Social Corporativa. Su mayor crítica fue, la ya comentada anteriormente, por unos tintes que contenían sus prendas y que eran contaminantes, con la consiguiente preocupación de que podían causar daños de salud a los clientes. Si bien, habría que añadir que a los pocos meses Greenpeace emitió un comunicado felicitando a Inditex por actuar rápidamente, quitando las prendas que contenían dicho tinte y promoviendo una campaña, “Únete a la moda sin tóxicos”.

El otro escándalo que dañó mucho la imagen de Inditex fue el denunciado por algunas ONGs holandesas como la “India Commite of the Netherlands” sobre la explotación infantil de algunos proveedores de Inditex en India y otros países asiáticos.

Para finalizar con los diferentes análisis externos sobre la RSC de Inditex, cabe destacar:

#### **Índices de Inversión Socialmente Responsable a los que pertenece:**

- FTSE4Good
- Dow Jones Sustainability
- FTSE4Good IBEX

- FTSE ISS Corporate Governance

#### **Estándares relacionados con RSC:**

- Ethical Trading Initiative
- Directrices OCDE para Empresas Multinacionales
- Principios del Pacto Mundial de Naciones Unidas

#### **Certificaciones con las que cuenta la empresa o algunos de sus centros:**

- OHSAS 18001: seguridad y salud de sus trabajadores
- ISO 14001: Sistemas de Gestión Ambiental
- LEED: “Leadership in Engine & Enviromental Design”
- BREEAM: “Building Research Establishment’s Environmental Assessment Method”

## **E. Conclusiones**

Inditex se encuadra dentro del grupo de grandes empresas que cada vez otorga más importancia a su RSC. Año tras año, aumenta su inversión para mejorar su Responsabilidad Social pero parece que lo hace para limpiar su imagen más que por su preocupación por sus stakeholders. Hasta que no recibió la crítica de Greenpeace, que supuso un duro golpe para su imagen de marca, no empezó a promover campañas en contra de los productos tóxicos en las prendas. La misma situación tuvo lugar al salir a la luz algunos de los escándalos de explotación de sus proveedores en países asiáticos y latinoamericanos; de nuevo, no se habían preocupado por ese asunto hasta entonces y comenzaron un proceso de limpieza de imagen por medio de auditorías sociales y apoyando proyectos de sostenibilidad de sus proveedores. Debido a esto, podemos deducir que su RSC no es tan correcta como la que aparece en sus memorias.

La cifra de negocios de Inditex es de las más altas del IBEX 35, por lo que su Responsabilidad Social Corporativa debería tener un mayor impacto. Por estas

razones, aunque la RSC parece completa y abarca muchos aspectos, debería dar más importancia no solo cuando aparezcan escándalos, sino tenerla siempre presente en todas sus acciones. La sociedad ya no sólo busca ver números, buenas acciones o donaciones de vez en cuando, la comunidad quiere una RSC que consiga mejoras en el mundo.

## 3.2. IBERDROLA

### A. Datos Generales

*“Una gestión integrada de retribución, desarrollo profesional, promoción, cultura, clima y liderazgo es la fórmula idónea para retener el talento”*, José Ignacio Sánchez Galán, presidente de Iberdrola

Líder mundial en energía eólica y una de las mayores eléctricas del mundo, Iberdrola constituye el primer grupo energético de España y una de las principales empresas españolas del Ibex 35 por capitalización bursátil.

Desde su constitución como HIDROELÉCTRICA IBÉRICA en 1901, integrada posteriormente en IBERDUERO en 1944 y por otra parte, de HIDROELÉCTRICA ESPAÑOLA en 1907, hasta su fusión con la anterior en 1991, dando origen a IBERDROLA, ambas compañías comparten una trayectoria de logros y reconocimientos, tanto a nivel nacional como mundial.

A partir de entonces, pueden distinguirse tres etapas de la estrategia empresarial:

- 2001-2006: negocios energéticos enfocados básicamente al crecimiento en España y Latinoamérica, tras lo que consigue duplicar el tamaño de la empresa, la capacidad instalada y los ingresos.
- 2007-2013: expansión internacional y su consolidación con la integración de la empresa escocesa ScottishPower, la estadounidense Energy East (hoy Iberdrola USA) y la brasileña Elektro.
- 2014 – 2016: el esfuerzo consiste en optimizar las gestiones operativa y financiera de todo el Grupo.

El Grupo ya ha alcanzado una capacidad instalada de más de 45.000MW y posee 32,6 millones de puntos de suministro que abastecen a alrededor de 100 millones de personas en todo el mundo. Pretende seguir con su modelo de negocio sostenible y, a largo plazo, con inversiones de más de 11 millones de euros destinados principalmente a las áreas de redes de transporte y distribución eléctrica, así como de energías renovables en sus mercados de referencia.

La visión de la Compañía es la de ser la Compañía Energética Global preferida por su “compromiso con la creación de valor, la calidad de vida, la seguridad de las personas y del suministro, el cuidado del medio ambiente y la orientación al cliente”.

## ACTUALMENTE

IBERDROLA pretende invertir unos 9.600 millones de euros entre 2014 y 2016 con la mirada puesta en Reino Unido, Estados Unidos y México, manteniendo los mismos pilares estratégicos que le están permitiendo superar y pasar de largo la crisis económico-financiera mundial. Por ello el foco son estos 4 países, con regulación predecible y estable, que encaran unas etapas de crecimiento y de desarrollo.

Por otra parte, el Grupo tiene como objetivo, volcar sus esfuerzos, fundamentalmente, en las áreas de redes de transporte y distribución de energía eléctrica, así como las de energías renovables y generación.

Datos IBERDROLA	2012	2013	2014
EMPLEADOS	30.744	30.532	29.597
VENTAS (mill de €)	31.648	31.077	30.032
RESULTADO NETO (mill de €)	2.841	2.572	2.327

Fuente: elaboración propia, basado en la Memoria Anual de IBERDROLA, año 2014

## B. Problemas en cuanto a RSC

Greenpeace en numerosas ocasiones ha dictado que Iberdrola es: “una enemiga de las energías renovables”. Pero la mayoría de los problemas por incumplimiento de una correcta RSC son de tipo económico, con casos de corrupción y fraude.

En 2012 tuvo un gran problema por el pago de comisiones en un caso de corrupción para conseguir numerosos contratos que supusieron el ingreso de más de 300 millones de euros para la empresa.

En 2013 el presidente Sánchez Galán y sus 13 consejeros fueron denunciados por asignarse un salario 30 veces mayor al que les correspondía.

En 2014 Facua denunció ayudas ilegales del Gobierno a Iberdrola y la Comisión Europea obligó al gobierno a recuperar el dinero por las deducciones fiscales.

Finalmente, en sus propias memorias de RSC, Iberdrola señala algunos aspectos negativos, el primero de ellos es el impacto paisajístico ya que sus instalaciones suelen ser de gran tamaño. Otro aspecto negativo del que son conscientes es que aunque lleven a cabo políticas a favor del medioambiente y en contra de la contaminación, hay riesgos ambientales como vertidos y emisiones perjudiciales.

## C. RSC Según Datos Internos

Iberdrola presentó en febrero de 2015 el Informe de Sostenibilidad en el que se recogen todas las actividades económicas, sociales y medioambientales de la empresa en el año 2014. Aquí, destacan como cualidades más importantes la calidad, la ética, integración de personas, la transparencia y la solidez financiera.

Las últimas políticas en cuanto a la Responsabilidad Social Corporativa de Iberdrola se recogen en el Plan de RSC 2013-2014. Para que las estrategias de RSC se lleven a cabo se han creado distintos organismos; el Comité de Responsabilidad Social Corporativa y Reputación del Grupo se reúnen dos veces al año y posteriormente, los resultados de dichas reuniones son presentados a la Comisión de Responsabilidad Social Corporativa del Consejo de Administración. En la última reunión, los resultados fueron muy positivos ya que se alcanzaron el 96 % de los objetivos establecidos, y ya se ha comenzado con la elaboración del Plan de RSC 2015-2017.

En sus memorias de sostenibilidad, Iberdrola separa sus actividades en tres dimensiones: económica, medioambiental y social. Dentro del apartado social, comentaremos los principales objetivos y principios que Iberdrola pretende destacar en cuanto a los grupos de interés o stakeholders.

- **Dimensión económica:** el sector eléctrico es una de las bases de la economía española y eso es en gran medida gracias a Iberdrola, que contribuye con fuertes inversiones y con la creación de miles de puestos de trabajo. Iberdrola presume en sus memorias de tener impactos económicos ya sean directos o indirectos: “la expansión de los sistemas eléctricos dinamiza la economía regional en la zona de implantación y genera oportunidades laborales, contribuyendo a su despegue económico y social.” La multinacional española también presume de que sus beneficios podrían ser mayores pero que prefiere obtener una rentabilidad menor y llevar a cabo una política contra el cambio climático y el uso de energías renovables.

Para terminar con el apartado económico e introducir el medioambiental, Iberdrola emite los llamados “Bonos Verdes” con los que se compromete a invertir todo el dinero que obtenga de estos bonos en diferentes proyectos de sostenibilidad.

- **Dimensión medioambiental:** tal y como puede leerse en sus Memorias de RSC: “La Sociedad aspira a ser la compañía energética global preferida, entre otras cosas, por el cuidado del medio ambiente, tal y como se subraya

y desarrolla en las siguientes políticas: la Política medioambiental, la Política contra el cambio climático y la Política de biodiversidad.”

Todas sus estrategias parten de cinco directrices en relación con el respeto al medioambiente:

1. Preservar la biodiversidad
2. Prevenir la contaminación
3. Conseguir la excelencia operativa
4. Optimizar la gestión de los residuos
5. Colaborar con los grupos de interés

En la actualidad, Iberdrola tiene numerosos proyectos en marcha basados en estos objetivos y en relación con las políticas mencionadas anteriormente. Destaca el proyecto “Road to Paris” que busca la reducción de emisiones e incentivar la Política de RSC en relación con el cambio climático. El proyecto “CO2Formore” tiene como objetivo la reducción del impacto medioambiental de sus plantas de generación.

Durante 2014 gran parte de las inversiones en I+D+I de la empresa han sido destinadas a las energías renovables. Iberdrola sabe que aunque en el presente no sean tan rentables como otras, estas energías son el futuro y por eso trabajan en varios proyectos como “Sedar” e “Innpacto Openfoarm” para la reducción de costes de las energías renovables.

Con el mismo objetivo de dar prioridad a las energías renovables frente a las no renovables, Iberdrola ha iniciado en los últimos años el proceso de desmantelamiento de sus ocho centrales nucleares, en colaboración con el Gobierno de España y la UE, aunque se trata de un proceso lento que todavía está en la fase inicial.

Iberdrola siempre procura que el mayor porcentaje posible del perímetro ampliado sea utilizando fuentes locales de energía.

PRODUCCIÓN CON FUENTES LOCALES DE ENERGÍA	PORCENTAJE
PERÍMETRO AMPLIADO	80
ESPAÑA	92
REINO UNIDO	59
ESTADOS UNIDOS	87
MÉXICO	63
BRASIL	100
OTROS PAÍSES	100

Fuente: Informe de Sostenibilidad Iberdrola 2014

- **Dimensión social:** los principales stakeholders que Iberdrola tiene en cuenta son los siguientes:

#### **A. Accionistas e inversores**

Los consideran el grupo más importante. Iberdrola se compromete a mantener una relación de total transparencia y comunicación con ellos y cumplir los derechos de los accionistas de lealtad y actuando de buena fe. Recientemente el Consejo de Administración de la Sociedad aprobó una Política de información y comunicación con el objetivo de: “atención permanente a la transparencia de información de los accionistas y de los mercados en general.” Otros derechos esenciales de los que gozan los accionistas de Iberdrola son los de participar en la Junta General de Accionistas y participación en la actividad social de la compañía.

#### **B. Clientes**

Lo que busca Iberdrola es que todos sus clientes estén satisfechos antes, durante y después de la adquisición del producto o servicio. Los principios en los que se basa para conseguir estos objetivos son: el respeto de las normas de marketing, gran atención de la salud y la protección de estos, total transparencia sobre los productos que comercializa para que los clientes sepan exactamente qué están

comprando y maximizar la calidad de productos y servicios. Iberdrola tiene un Código Ético en el que recoge todos estos principios.

### **C. Empleados**

En su informe de sostenibilidad Iberdrola señala que su principal fin con respecto a los empleados es: “disponer de un marco de relaciones laborales adecuado y de mecanismos pactados para la adaptación de la organización a los requerimientos empresariales y sociales, favoreciendo el logro de los objetivos de competitividad y eficiencia empresarial, en un clima de paz social”. La empresa española intenta fijar una retribución justa a todos sus trabajos además de reclutar, seleccionar y retener el talento en un entorno de igualdad de oportunidades. Destacan cuatro estrategias en cuanto al ámbito laboral:

1. Política de reclutamiento y selección
2. Política de igualdad de oportunidades y conciliación
3. Política de prevención de riesgos laborales
4. Política de gestión del conocimiento

### **D. Proveedores**

En relación con los proveedores la RSC es bastante sencilla, mantener las mismas políticas y estrategias de la empresa para fomentar una cadena de suministro sostenible que respete los principios básicos de RSC.

### **E. Comunidad**

Iberdrola opera en muchos países y por ello intenta asumir el resto de respetar los derechos humanos y normas en todas las regiones en las que opera sin excepción alguna. Está muy centrada en el respeto de las minorías étnicas.

## D. RSC Según Datos Externos

Los resultados que Iberdrola obtuvo en el estudio sobre “La Responsabilidad Social Corporativa en las memorias anuales de las empresas del IBEX 35” realizado por el Observatorio de RSC en 2013 fueron los siguientes:

	MEDIO AMBIENTE	DERECHOS HUMANOS Y LABORALES	COMUNIDAD	CORRUPCIÓN	CONSUMO	TOTAL CONTENIDO	TOTAL SISTEMAS DE GESTIÓN	TOTAL EMPRESA
<b>IBERDROLA</b>	1,93	1,4	1,21	1,8	1,38	1,54	2,02	1,62
<b>MEDIA IBEX</b>	1,37	1,04	1,28	1,16	1,12	1,19	1,41	1,23

*Fuente: Observatorio de Responsabilidad Social Corporativa*

Iberdrola se posiciona por encima de la media del IBEX en todos los aspectos excepto el relacionado con la comunidad. En cuanto a la valoración general de la empresa, según este estudio Iberdrola es la quinta mejor empresa con una puntuación de 1,62. Por lo que aunque la información es escasa en comparación con lo que el Observatorio de RSC espera, en comparación con las demás empresa del IBEX está bien colocada.

Siguiendo con las conclusiones del El Observatorio de RSC sobre Iberdrola en su segundo estudio sobre el cumplimiento de los Derechos Humanos, se llega a la conclusión de que la información existente y habilitada por Iberdrola sobre el cumplimiento de los Derechos Humanos en todos los países en los que opera es muy escasa. Además, Iberdrola no es nada específico en relación con los impactos que tienen sus estrategias y acciones de Responsabilidad Social Corporativa.

El siguiente estudio externo es el más crítico con Iberdrola. Es el realizado por la Universidad del País Vasco: “Análisis de las políticas de Responsabilidad Social Corporativa de las multinacionales vascas: los casos de BBVA e Iberdrola”. En este análisis se deja en muy mal lugar la RSC de la compañía, a la que acusan de proponer muchas políticas y estrategias simplemente como imagen de marca que luego no son llevadas a cabo.

En los estudios extranjeros sobre la RSC de Iberdrola como los realizados por “Global Roundtable on Climate Change” y “CPD”, lo que más se destaca de la empresa española es su esfuerzo por luchar contra el cambio climático. Estos estudios valoran a Iberdrola como empresa promotora y con una nota de A.

Para finalizar con los diferentes análisis externos sobre la RSC de Iberdrola, cabe destacar:

**Índices de Inversión Socialmente Responsable a los que pertenece:**

- FTSE4Good
- Dow Jones Sustainability
- FTSE4Good IBEX

**Rankings y premios relacionados con RSC:**

- Carbon Ranking Global 800: primera utility española
- Nyse Euronext
- Newsweek´s Green rankings: tercera utility del mundo
- Primera empresa del IBEX de transparencia en 2014 por Fundación Compromiso y Transparencia.
- European Business Award: Mención honorífica en medio ambiente y sostenibilidad.

**Certificaciones con las que cuenta la empresa o algunos de sus centros:**

- ISO-9001: Gestión de Calidad
- ISO-14001: Gestión Medioambiental
- OHSAS 18001: Gestión de Prevención de Riesgos Laborales

## E. Conclusiones

La RSC de Iberdrola parece ser, según sus datos internos, una de las mejores del IBEX. Sus memorias parecen completas y abarcan amplias explicaciones sobre todos sus grupos de interés. Parece evidente que su punto más fuerte es el medioambiental, especialmente la lucha contra el cambio climático y esto está reconocido así por numerosos estudios internacionales.

Dicho esto, tras analizar algunos de los estudios externos a la empresa española no parece que sus políticas de RSC tengan tanto impacto como quieren hacer ver. Es bueno que colaboren en la lucha contra el cambio climático pero no pueden olvidarse de los demás grupos de interés, porque si no, podría ser contraproducente y causar efectos negativos en clientes, sociedad, proveedores... Al operar en muchos países y un gran porcentaje de estos con una alta posibilidad de violación de los Derechos Humanos y laborales, Iberdrola debería dar mucha más información sobre estos derechos y sobre qué medidas toma para prevenir la explotación laboral y violación de los Derechos Humanos en estos países.

### 3.3. BBVA

#### A. Datos Generales

*“En BBVA trabajamos por un futuro mejor para las personas. Estamos construyendo el mejor banco digital del siglo XXI”,* Francisco González, presidente de BBVA

Con una trayectoria de más de 150 años y más de un centenar de financieras que constituyen este proyecto empresarial, BBVA es hoy en día uno de los bancos más reconocidos y premiados, referente mundial y pionero en la adaptación a las necesidades de un mercado cada vez más global.

La historia de BBVA comienza en Bilbao, España, en el año 1857, al promover la Junta de Comercio, la creación de Banco de Bilbao como banco de emisión y

descuento, dado el crecimiento económico de la región en los años precedentes. La entidad actuaría en solitario en la plaza hasta la última década del s. XIX.

Por otra parte, en el año 1901 se funda Banco de Vizcaya, que realiza sus primeras operaciones en Bilbao y que, poco a poco, se extiende por todo el país. Se trata de un banco comercial y de depósitos, que interviene igualmente en el desarrollo industrial de España.

En el entorno de desarrollo económico de la década de 1960, Banco de Bilbao aumenta su dimensión integrando otros bancos; mientras, Banco de Vizcaya continúa su crecimiento, se consolida como un banco universal. Ambos se van configurando como importantes grupos financieros.

En 1988 se firma el acuerdo de fusión de Banco de Bilbao y Banco de Vizcaya para crear BBV. BBV y Argentaria anuncian un proyecto de fusión en el año 1999 con el objetivo de seguir creando valor. El nuevo banco (BBVA) nace con un tamaño considerable, una gran estructura financiera y diversificación geográfica de los negocios.

BBVA unificó en mayo de 2013 su red de oficinas en Cataluña, tras culminar el proceso de adquisición de Unnim Banc.

Lo que BBVA aspira a ser es una empresa que ayuda a las personas a construirse un futuro mejor “En BBVA, trabajamos por un futuro mejor para las personas”: jubilación tranquila, buenos estudios para los hijos, la posibilidad de fundar un negocio...

## **ACTUALMENTE**

En 2014 BBVA ha seguido avanzando en la implantación del posicionamiento de la marca y de la identidad corporativa con el objetivo de atraer a clientes y rentabilizar sus impactos, con especial atención al entorno digital y nuevas tecnologías, con el fin de que clientes potenciales reconozcan la marca BBVA de una manera rápida, sencilla y clara. El grupo, considerado una “masterbrand” tiene a sus espaldas las marcas BBVA, BBVA Bancomer, BBVA Compass, BBVA

Continental, BBVA Francés y BBVA Provincial, todas ellas unidas bajo el eslogan “adelante”.

La comunidad de BBVA crece diariamente en las redes sociales concretamente, en las diferentes geografías en las que opera. Así, toda la actualidad el Grupo puede ser consultada mediante estos medios, en tiempo real, y en el blog corporativo [bbvasocialmedia.com](http://bbvasocialmedia.com).

Actualmente BBVA, con sus más de 108.000 empleados en la plantilla, da servicio en las 7.371 oficinas que posee, a un número aproximado a los 51 millones de clientes a nivel mundial, en los 31 países en los que está presente la entidad.

Datos BBVA	2012	2013	2014
<b>EMPLEADOS</b>	115.852	109.305	108.000
<b>BEFENICIO ANTES DE IMPUESTOS (mill de €)</b>	-	-	-
<b>RESULTADO NETO (mill de €)</b>	1.676	1.222	2.618

Fuente: elaboración propia, basado en la Memoria Anual de BBVA, año 2013

## B. Problemas en cuanto a RSC

A principios de este siglo se destapó un escándalo de cuentas secretas en el que hubo más de 20 consejeros de BBVA imputados. Esto provocó la dimisión de una gran mayoría de consejeros de la entidad española.

## C. RSC Según Datos Internos

Los principios sobre los que se basa el banco español son los siguientes:

- El cliente es el centro del negocio

- La creación de valor para los accionistas como resultado de la actividad
- El equipo como artífice de la generación de valor
- El estilo de gestión como generador de entusiasmo
- El comportamiento ético e integridad personal y profesional como forma de entender y desarrollar la actividad
- El comportamiento ético e integridad personal y profesional como forma de entender y desarrollar la actividad
- La innovación como palanca de progreso
- La responsabilidad social corporativa como compromiso con el desarrollo.

La RSC de BBVA y la de los bancos en general, no es como la de las otras empresas. Está mucho más limitada al aspecto económico de generar riqueza. Pese a que esto está cambiando recientemente, sobre todo debido a la mala imagen que están adquiriendo los bancos durante la crisis económica mundial, su RSC sigue siendo mucho menor que las empresas con cifras de negocios similares de otros sectores.

Vamos a explicar las principales políticas de RSC atendiendo a sus grupos de interés o stakeholders:

- **Medioambiente:** este aspecto no era uno de los principales en su RSC pero en los últimos años está impulsando varios proyectos que están teniendo el éxito esperado. En 2013 elaboraron el Plan Global de Ecoeficiencia que termina en 2015. Los objetivos son reducir las emisiones de CO<sub>2</sub> en un 6%, reducir en un 3% el consumo de papel agua y electricidad. Además, para 2015, su objetivo es aumentar en un 33% las personas que trabajan en edificios con certificación ambiental.
- **Clientes:** su máximo objetivo es el denominado “TCR”, comunicación Transparente, Clara y Responsable. La mayoría de sus proyectos e

iniciativas en esta área se centran en cumplir este objetivo. Otro objetivo que se han marcado es el de ayudar a sus clientes que no pueden hacer frente a los pagos debido a la crisis, con lo que han conseguido ayudar a más de 62.000 clientes. Finalmente, han instaurado un nuevo servicio, el “First Contact Resolution” que ha conseguido solventar el 20% de las reclamaciones de los clientes.

- **Sociedad:** en sus memorias BBVA recoge que en el año 2013 su inversión en programas sociales fue de 97 millones de euros, aumentando así un 19% la inversión del año anterior. Entre los proyectos por la sociedad que tiene el banco destaca el que viene realizando desde 2012 en colaboración con la fundación Addeco. En este, gracias a empleos y a ayudas económicas, ayudan a personas que han sido desahuciadas de su única casa. Otro proyecto destacado es el denominado “Yo Soy empleo”, por el cual apoya a PYMES y autónomos, el objetivo es crear 10.000 puestos de trabajo en España. Para finalizar con el tema de la responsabilidad con la sociedad, hay que mencionar que La Fundación Microfinanzas BBVA concedió en 2013 861 millones de euros en microcréditos a 1.493.709 clientes, que benefician en conjunto a seis millones de personas en América Latina.
- **Empleados:** BBVA está muy centrado en fomentar el empleo de los jóvenes, en 2013 un 60% de los nuevos empleados tienen menos de treinta años. En 2014 se lanzó el proyecto “Becarios 3.000” con un gran éxito y además tienen un extenso programa de prácticas para jóvenes, con 900 plazas en España. En el año 2013 BBVA invirtió cerca de 100 millones de euros para el progreso y formación de sus empleados e incluyó una retribución variable ligada a la responsabilidad con la sociedad y clientes. Otros aspectos en los que BBVA presta mucha atención son la discapacidad y la igualdad de género. Para el primero, el banco realizó, en 2013, 2.434 contratos a personas con discapacidad. La empresa vasca, es

firmante de los principios de la ONU mujeres además de tener su propio Plan Global de Diversidad de Género.

- **Proveedores:** su política de RSC con los proveedores se basa en una “Política de Compras Responsables” tanto con la sociedad como con el medioambiente y uso de proveedores locales (92,5% son locales).

#### D. RSC Según Datos Externos

Los resultados que BBVA obtuvo en el estudio sobre “La Responsabilidad Social Corporativa en las memorias anuales de las empresas del IBEX 35” realizado por el Observatorio de RSC en 2013 fueron los siguientes:

	MEDIO AMBIENTE	DERECHOS HUMANOS Y LABORALES	COMUNIDAD	CORRUPCIÓN	CONSUMO	TOTAL CONTENIDO	TOTAL SISTEMAS DE GESTIÓN	TOTAL EMPRESA
BBVA	1,14	1,3	1,79	1,6	1,63	1,49	1,73,	1,53
MEDIA IBEX	1,37	1,04	1,28	1,16	1,12	1,19	1,41	1,23

*Fuente: Observatorio de Responsabilidad Social Corporativa*

Como se puede ver en la tabla superior, los resultados de BBVA están por encima de la media, aunque como ocurre con las otras empresas, la información sigue siendo demasiado escasa. El punto débil de BBVA es el medio ambiente (1,14 mientras que la media es 1,37). Su puntuación general es 1,53 lo que le coloca como la octava empresa del IBEX 35 según este estudio.

El siguiente estudio que vamos a estudiar es el de los Derechos Humanos también hecho por El Observatorio de Responsabilidad Social Corporativa. La mayor crítica hacía BBVA es la de que, pese a que presumen de políticas de responsabilidad, en la mayoría de los casos éstas no son llevadas a la práctica. En este estudio también se menciona que muchos de los proyectos que financia

el banco español no salen a la luz pero que según algunos informes colaboran con la financiación de la industria armamentística y otros negocios de ética dudosa. Otro aspecto que pone en duda este estudio es el de los paraísos fiscales, demasiado abundantes en relación al volumen de negocio.

Según la consultora “Great Place To Work” BBVA es la mejor empresa del sector financiero para trabajar.

El Master in Responsible Banking del IEB, le selecciono para su proyecto “6 casos de éxito de Banca Responsable”.

Algunas de las certificaciones con las que cuenta el banco son:

- LEED: 19 de sus edificios cuentan con ello por su eficiencia medioambiental.
- ISO 14001
- Tier IV Gold

## E. Conclusiones

Lo primero que queda claro es que su inversión en RSC podría ser mayor. Es normal que al ser un banco, estén muy obsesionados con el aspecto económico pero no hay que olvidar los demás stakeholders. En sus memorias no comentan nada acerca de posibles revisiones o auditorias sociales a sus proveedores y esto puede suponer un gran problema sabiendo que son más de 5.000 y están repartidos por todo el Mundo. Respecto a sus clientes, se echan de menos más proyectos sociales y no solo la intención de generarles riqueza.

Entre los aspectos positivos destaca la ayuda a los jóvenes y el aspecto ya comentado sobre la igualdad de género. El 53% son mujeres y en los últimos años gracias a su proyecto de la igualdad han conseguido aumentar el salario de las mujeres en 7 puntos básicos.

## 3.4. DÍA

### A. Datos Generales

*“La RSC es una revolución y está aquí para quedarse”*, Ana María Llopis, presidenta de supermercados Día

Supermercados DIA (Distribuidora Internacional de Alimentación S. A.) es la mayor empresa española liderada por una mujer, Ana María Llopis, en su día fundadora de Openbank y una de las dos únicas directivas que encabeza un consejo de administración de una empresa del Ibex. DIA se encuadra dentro de la fórmula comercial de “tienda de descuento” y sigue una política de reducción de precios mediante la disminución de costes, simplificando el establecimiento y su gestión.

La apertura de la primera tienda DIA es en la urbanización madrileña de Saconia, en el año 1979, con un concepto novedoso y desconocido hasta entonces en España: el formato “descuento”. La imagen corporativa de la empresa se crearía en 1984, al mismo tiempo que aparece en el mercado el primer packaging de la marca DIA, con la característica banda roja, en un suavizante para la ropa.

En el año 1989 se instala la franquicia en el modelo de negocio, ofreciendo a emprendedores individuales la posibilidad de convertirse en empresarios de una marca que ya está bien posicionada en el mercado. Comienza así la expansión nacional de la marca. Comprará la cadena Dirse en 1990 y Mercadopopular y Ahorro Diario en 1991 y 1992 respectivamente. Cuenta ya con 1000 tiendas.

En 1993, DIA inicia su proceso de internacionalización con la apertura de las primeras tiendas en Portugal, bajo la enseña Minipreço. Por otra parte, empieza a implantar las Tiendas Parking.

DIA llega a Grecia en 1995, a Argentina en 1997, Turquía en 1999, Brasil en 2001, China en 2003

En el año 2001, DIA inicia su andadura en la Bolsa de Madrid, uno de los hechos más importantes en su trayectoria, una vez aprobada la escisión definitiva de DIA por la Junta General de Accionistas de Carrefour.

Entre 2012 y 2014, se ha producido el lanzamiento de DIA Fresh, formato especializado en productos perecederos con el que se refuerza el concepto de proximidad; ha adquirido también la cadena Schlecker, especializada en productos para el hogar, la belleza y la salud; ha llegado a un acuerdo con el Grupo Carrefour para la venta de la totalidad de su negocio en Francia por 600 millones de euros y se ha anexionado la cadena de supermercados El Árbol en España.

## ACTUALMENTE

El total de las tiendas con las que cuenta DIA hasta 2014, propias, así como franquicias, asciende a más de 7.000, estando 4.781 de ellas en España.

La cadena de supermercados prevé elevar sus ventas en 2015 impulsadas por una mejora del consumo y por la consolidación de la marca recientemente adquirida, El Árbol, así como con el lanzamiento de una nueva enseña en Madrid, que está a la espera de recibir el visto bueno de la Comisión Nacional del Mercado de la Competencia (CNMC).

Por otro lado, la compañía ha anunciado que en 2015 apostará por el comercio electrónico y lo lanzará fuera de Madrid, única región en la que estaba en funcionamiento, ya que se han registrado una "buena cifra" en el último ejercicio, de la misma manera que seguirá apostando por su expansión a través de las redes sociales, en las que es una de las empresas más activas.

Datos DIA	2012	2013	2014
EMPLEADOS	47.800	46.500	48.825
VENTAS (mill de €)	9.707	9.844	10.241
RESULTADO NETO (mill de €)	158	246	267

Fuente: elaboración propia, basado en la Memoria Anual Día, año 2013

## B. Problemas en cuanto a RSC

No ha tenido grandes problemas que se conozcan públicamente. Sus mayores problemas pueden venir por alimentos que dañen la salud pública como ocurrió en el año 2013 con la venta de carne de caballo en algunos productos.

## C. RSC Según Datos Internos

Día no es una empresa que se haya centrado en la RSC tradicionalmente, pero esto está cambiando en los últimos años. Si observamos las memorias y datos internos de la compañía en los últimos cinco años, se puede apreciar el aumento de importancia que está adquiriendo su RSC. En 2013 el Consejo se llegó a reunir hasta siete veces para tratar temas de responsabilidad y sostenibilidad. Día, no tiene un organismo especial para la RSC por lo que es el Consejo de Administración el que tiene las funciones de aprobar y llevar a cabo las políticas de RSC. Día aprobó su primer código ético en 2011 coincidiendo con su salida a Bolsa. Su Código Ético se basa en cinco principios:

1. Cumplir las normas y respetar a las personas
2. Ser éticos en sus decisiones y relaciones
3. Proteger los activos y la información
4. Comprometidos con cliente y sociedad
5. Liderar con el ejemplo

En sus memorias, Día selecciona seis grupos de interés como los más importantes, empleados, clientes, franquiciados, proveedores, accionistas y la sociedad.

- **Empleados:** les señala como su activo más valioso. Su gran objetivo es el de atraer y retener el talento además de ayudar a sus empleados con su formación y poner a su disposición la tecnología para que puedan realizar

su tarea correctamente. Otro gran objetivo de la empresa es el de fomentar el empleo estable en todos los países en los que se instala. El porcentaje de empleados con contratos indefinidos va creciendo año a año y en 2013 se situó en el 86%, superando así a otros supermercados españoles como Mercadona o Eroski. Día, exige a todos sus trabajadores el respeto a la diversidad cultural, un entorno de trabajo seguro y saludable y el trabajo en equipo de continuo apoyo. En 2013 se aprobaron unas nuevas” Normas de Recursos Humanos” y un “Canal Ético de Consulta e Información” para que los trabajadores pudieran denunciar irregularidades o realizar preguntas a sus superiores de una forma sencilla.

- **Clientes:** en este caso, el mayor interés es la plena satisfacción del cliente. La empresa de supermercados española ofrece distintos tipos de tienda para que cada cliente pueda elegir el formato más adecuado a ellos. Para la satisfacción del cliente, Día se basa en:
  1. Cobertura de Necesidades
  2. Apuesta por la Salud: destaca el proyecto OPTICOURSE que comenzó en Francia y ya se está expandiendo a otros países.
  3. Garantías de Calidad y Seguridad: desde 2012 se homogenizó el modelo de supervisión de los procedimientos de la cadena de suministro.
  4. Relación Estrecha y Duradera con los clientes.
  
- **Franquiciados:** para Día la franquicia es un método esencial para continuar su expansión a otros países y su crecimiento económico. La relación con los franquiciados se basa en la plena confianza y comunicación.

### NÚMERO DE FRANQUICIAS POR PAÍSES:

	2013	2012
España	1.457	1.310
Portugal	266	239
Brasil	416	312
Argentina	450	156
China	172	139
Francia	230	255
<b>TOTAL</b>	<b>2.991</b>	<b>2.411</b>

*Fuente: elaboración propia, basado en la Memoria Anual Día, año 2013*

En 2013 estas franquicias generaron más de 20.000 puestos de trabajo en los diferentes países.

A parte de las encuestas externas que veremos en el punto siguiente, hay encuestas anuales a los franquiciados para conocer su satisfacción y poder impulsar mejoras continuamente.

- **Proveedores:** su principal apuesta es una cadena de valor eficiente y sostenible. La gran mayoría de sus proveedores son locales, más del 80% y rozando el 100% en algunos países como China, Brasil o Argentina. Día ha creado la plataforma “Día World Trade” para poder comunicarse con sus proveedores en cualquier lugar a cualquier hora.
- **Accionistas:** Día garantiza el cumplimiento de los derechos de los inversores con una política de transparencia y eficacia. Día ha conseguido una fuerte revalorización de sus acciones preocupándose siempre de que sus inversores obtengan unos beneficios y unos dividendos justos.
- **Sociedad:** su objetivo principal viene derivado de su misión y visión como empresa, “Acceso a la alimentación y ayuda a la infancia”. Su estrategia de responsabilidad social está orientada a que los colectivos más débiles y desfavorecidos tengan acceso a la alimentación. Tiene una fuerte política de aprovechamiento de excedentes en colaboración con diferentes ONGs.

En el año 2013 donaron 2.850 toneladas de alimentos, el máximo desde su fundación.

Para terminar con el análisis interno de la RSC del grupo español Día, hay que comentar su responsabilidad con el medioambiente que también goza de una parte bastante grande dentro de sus estrategias de sostenibilidad. Su principal objetivo es el de “Fomentar el Ahorro energético, la mejora de la gestión logística y la reducción de emisiones, consumos y residuos.” Para fomentar el ahorro energético, en 2012 comenzó un proyecto de instalación de tubos LED y nuevos frigoríficos de menor consumo, proyecto que finalizó con éxito en 2013. Para el aspecto de gestión de la logística, se centra en la evaluación global de las instalaciones y actividades globales del grupo. Para su tercer y último objetivo, la compañía usa criterios de eco diseño en los embalajes de sus productos y potencia la reutilización y el reciclaje.

#### D. RSC Según Datos Externos

Según “La Responsabilidad Social Corporativa en las memorias anuales de las empresas del IBEX 35” los resultados para Día de la Memoria de 2012 son:

	MEDIO AMBIENTE	DERECHOS HUMANOS Y LABORALES	COMUNIDAD	CORRUPCIÓN	CONSUMO	TOTAL CONTENIDO	TOTAL SISTEMAS DE GESTIÓN	TOTAL EMPRESA
DÍA	0,71	0,25	0,86	0,4	1	0,64	0,71	0,65
MEDIA IBEX	1,37	1,04	1,28	1,16	1,12	1,19	1,41	1,23

*Fuente: Observatorio de Responsabilidad Social Corporativa*

Según este análisis de El Observatorio de Responsabilidad Corporativa las memorias de Día reflejan muy escasa información sobre la RSC. Se encuentra muy por debajo de la media en muchos aspectos y su nota general es de un

pésimo 0,65, se encuentra entre las tres peor valoradas por este estudio. Si bien hay que añadir, que desde el año 2012 ha habido cambios en la RSC de Día.

Tras estudiar las memorias anteriores y la actual se puede observar que tanto la información dada como la inversión en RSC han aumentado de forma significativa.

No podemos comentar los resultados de Día en el segundo estudio sobre los derechos humanos ya que no fue una de las compañías elegidas por El Observatorio para formar parte del análisis.

Para determinar el trato y el éxito de las relaciones entre Día y sus franquiciados vamos a comentar los resultados de la encuesta que hace la Consultora Nielsen una vez al año. La última encuesta cuyos resultados han salido a la luz es la de 2013. Esta, determina que un 50% de los encuestados se encontraba satisfecho respecto a las expectativas iniciales puestas en el negocio, un 57% se lo recomendaría a otra persona y hasta un 37% se veía abriendo nuevas franquicias en un futuro próximo.

Los aspectos mejor valorados la calidad y competitividad de la marca DIA, el programa de fidelización Club DIA y las ofertas y promociones. Además, el 90% de los encuestados respondieron que estaban encantados de poder realizar propuestas de manera directa gracias a los últimos proyectos puestos en marcha por el Grupo español.

Certificaciones:

- “Crea Medioambiente”: por su puesta en funcionamiento de tiendas ecosostenibles, en 2011.

## E. Conclusiones

Día es una empresa prácticamente nueva en cuanto a su RSC pero que está creciendo mucho en los últimos años. Pese a que los resultados del estudio de El

Observatorio de RSC sean muy negativos, si ahora mismo se volviese a realizar dicho estudio se vería una cierta mejora en las notas. La información en la memoria del último año en cuanto a su RSC ha aumentado en comparación con la de otros años pero también es verdad que todavía es escasa y debe seguir aumentando en los próximos años. Entre los aspectos que Día debe mejorar, destacan: la creación de un organismo que se encargue de la RSC, dar mayor información de las estrategias de RSC y sus impactos y deberían plantearse la posibilidad de cotizar en índices de sostenibilidad. Por último se podría añadir que su cifra de negocios, pese a no ser de las mayores del IBEX, le permitiría llevar a cabo una política de RSC con mucha más trascendencia que la actual. Por estas razones, se puede deducir que la RSC no está integrada en la empresa todavía y que tiene que seguir mejorando y aumentando sus acciones en los próximos años.

## 4. CONCLUSIONES FINALES

Después de realizar este trabajo de investigación y analizar estas cuatro empresas como muestra del IBEX 35, podemos resaltar los siguientes aspectos:

- **Importancia de RSC:** es vital para todas las empresas del IBEX y es necesaria para el desarrollo sostenible de las empresas.
- **La sociedad reclama cambios y resultados:** No se conforman con ver que las empresas emprenden proyectos, quieren ver que hay resultados que causan mejoras en la sociedad y en los demás grupos de interés.
- **La inversión** puede aumentar todavía más si vemos la cifra de negocios de las empresas del IBEX 35.
- **Los organismos que se encargan de la RSC** deberían ser una obligación para las empresas hoy en día y no solo eso, estos organismos deberían reunirse con cierta frecuencia y tener una mayor importancia.
- **Prestar atención a todos los grupos de interés** y no dejar ninguno de lado porque puede ser peligroso para la empresa si unos grupos se ven en una situación de desventaja en comparación con otros.
- La mayoría de las empresas usan la **RSC como herramienta de Marketing** y para mejorar la imagen de la compañía.
- **La información de las memorias** es muy escasa como se ha podido observar en el estudio de El Observatorio de RSC.
- **Queda mucho camino por recorrer**, las actuales estrategias y políticas no son suficientes.

Para concluir, se ha redactado una **comparación y proposición de una correcta RSC:**

Según los datos internos de las empresas, especialmente las memorias de sostenibilidad, se puede comprobar que la mejor empresa en cuanto a RSC es Inditex. Sin embargo, si se analizan los diferentes estudios que se han hecho de la materia parece que la RSC de Iberdrola es la mejor. Lo que parece claro después de la analizar la RSC de estas cuatro empresas es que la peor en este

tema es Día, aunque también se debe mencionar que nunca ha sufrido escándalos de ningún tipo y es la que menor cifra de negocios tiene entre las cuatro.

Según mi criterio personal, **la RSC ideal** debería constar de:

- **Una inversión** en la mejora de la sociedad y del medio ambiente acorde con la cifra de negocios de la empresa.
- **Unas memorias de sostenibilidad** que incluyan datos específicos de las estrategias de RSC con sus respectivos resultados.
- **Evitar escándalos** que produzcan una mala imagen de la empresa y si estos no pueden ser evitados corregirlos rápidamente.
- **No olvidar a ninguno de los grupos de interés de la empresa.**
- **Homogenización de la responsabilidad social** en todos los países en los que esté presente la empresa.

## 5. BIBLIOGRAFÍA

### DATOS GENERALES Y ASPECTOS TEÓRICOS

- **García del Junco, Julio** (2013): Manual práctico de RSC: gestión, diagnóstico e impacto en la empresa. Editorial Pirámide, Madrid.
- **MINISTERIO DE TRABAJO Y ASUNTOS SOCIALES** (2008) “El papel del gobierno en la RSE: Fomento de Políticas Públicas”. Presentado en las Jornadas de Reflexión sobre la de Responsabilidad Social Universitaria. Granada (España).
- **Navarro García, Fernando** (2012): Responsabilidad social y corporativa: Teoría y Práctica. España: Universidad Esic.
- **Pinillos, Alberto Andreu** (2009): RSC 2.0. Una herramienta de competitividad para el futuro. Telos: Revista de pensamiento sobre tecnología y sociedad.
- **Reyno Momberg, Manuel**: Responsabilidad Social Corporativa como ventaja competitiva.
- **Raich, Mario, Dolan, S.L.** (2009): Más Allá. Empresa y Sociedad en un mundo en transformación. Profit Editorial.
- <http://www.bolsamadrid.es/>
- <http://ec.europa.eu/social/main.jsp?catId=331&langId=es>
- <http://www.eumed.net/libros-gratis/2008c/436/index.htm#indice>
- <http://www.rsuniversitaria.org/documentos/MINISTERIO.pdf>

### INFORMES EXTERNOS

- **Análisis de las políticas de Responsabilidad Social Corporativa de las multinacionales vascas: los casos de BBVA e Iberdrola | Sáez | Lan Harremanak**. Revista de Relaciones Laborales [www.ehu.eus](http://www.ehu.eus)
- **Las políticas de las empresas españolas en materia de derechos humanos - Observatorio de Responsabilidad Social Corporativa** [observatoriorsc.org](http://observatoriorsc.org)
- **La Responsabilidad Social Corporativa en las memorias anuales de las empresas del IBEX 35 - Observatorio de Responsabilidad Social Corporativa** [observatoriorsc.org](http://observatoriorsc.org)
- [http://observatoriorsc.org/wp-content/uploads/2015/01/RSC\\_gobernanza\\_empresarial\\_2015.pdf](http://observatoriorsc.org/wp-content/uploads/2015/01/RSC_gobernanza_empresarial_2015.pdf)

## EVOLUCIÓN RESPONSABILIDAD SOCIAL

- [http://accionistaseinversores.bbva.com/TLBB/fbinir/mult/CuentasAnualesInformeGestioneInformeauditoria2014\\_tcm926-508895.pdf](http://accionistaseinversores.bbva.com/TLBB/fbinir/mult/CuentasAnualesInformeGestioneInformeauditoria2014_tcm926-508895.pdf)
- <http://accionistaseinversores.bbva.com/TLBB/tlbb/bbvair/esp/financials/reports/index.jsp>
- [http://accionistaseinversores.bbva.com/TLBB/fbinir/mult/BBVAen2014\\_tcm926-508564.pdf](http://accionistaseinversores.bbva.com/TLBB/fbinir/mult/BBVAen2014_tcm926-508564.pdf)
- <http://www.compromisorse.com/responsabilidad-social/bancos-cajas-y-seguros/bbva/>
- <http://www.diarioresponsable.com/portada/opinion/18273-la-responsabilidad-social-empresarial-como-un-fenomeno-en-evolucion-tres-nuevas-fronteras.html>
- <http://www.elmundo.es/economia/2015/02/23/54eadf6922601dde498b4573.html>
- <http://www.elmundo.es/economia/2015/03/18/55091ca2ca4741837a8b456d.html>
- <http://www.europapress.es/economia/noticia-economia-empresas-dia-preve-elevar-ventas-2015-lanzara-nueva-ensenamadrid-20150223134918.html>
- <http://www.expansion.com/2013/02/21/empresas/distribucion/1361429625.html>
- [https://www.iberdrola.es/webibd/gc/prod/es/doc/IA\\_InformeIntegrado15.pdf](https://www.iberdrola.es/webibd/gc/prod/es/doc/IA_InformeIntegrado15.pdf)
- <http://www.iberdrola.es/conocenos/en-cifras/datos-operativos/>
- [https://www.iberdrola.es/webibd/gc/prod/es/doc/IA\\_CuentasAnualesConsolidadas2014.pdf](https://www.iberdrola.es/webibd/gc/prod/es/doc/IA_CuentasAnualesConsolidadas2014.pdf)
- [http://www.inditex.com/documents/10279/13717/Grupo\\_Inditex\\_Memoria\\_Anual\\_2013.pdf/c7f9b034-5046-4143-a442-d4fae43d759a](http://www.inditex.com/documents/10279/13717/Grupo_Inditex_Memoria_Anual_2013.pdf/c7f9b034-5046-4143-a442-d4fae43d759a)
- <http://memoriaanual2013.diacorporate.com/>
- <http://memoriaanual2013.diacorporate.com/capitulo/informe-sostenible/DIA-y-sus-grupos-de-interes/empleados>

## INDITEX

- **Página web oficial de la empresa:** [www.inditex.com](http://www.inditex.com)
- **Una gestión sostenible** - [inditex.com](http://www.inditex.com)
- **Memoria Anual:**  
[http://www.inditex.com/documents/10279/13717/Grupo\\_Inditex\\_Memoria\\_A\\_nual\\_2013.pdf/c7f9b034-5046-4143-a442-d4fae43d759a](http://www.inditex.com/documents/10279/13717/Grupo_Inditex_Memoria_A_nual_2013.pdf/c7f9b034-5046-4143-a442-d4fae43d759a)

## IBERDROLA

- **Página web oficial de la empresa:** [www.iberdrola.es](http://www.iberdrola.es)
- **Informes anuales:**  
[https://www.iberdrola.es/webibd/gc/prod/es/doc/IA\\_Anexo\\_InformeSostenibilidad14.pdf](https://www.iberdrola.es/webibd/gc/prod/es/doc/IA_Anexo_InformeSostenibilidad14.pdf)
- [https://www.iberdrola.es/webibd/gc/prod/es/doc/IA\\_InformeSostenibilidad14.pdf](https://www.iberdrola.es/webibd/gc/prod/es/doc/IA_InformeSostenibilidad14.pdf)

## BBVA

- **Página web corporativa oficial de la empresa:**  
<http://www.bbva.com/TLBB/tlbb/esp/index.jsp>
- **Informes anuales: Informe Anual de Gobierno Corporativo – BBVA**  
[accionistaseinversores.bbva.com](http://accionistaseinversores.bbva.com)
- **Certificados Bancarios | BBVA Continental** [www.bbvacontinental.pe](http://www.bbvacontinental.pe)
- **BBVA - Responsabilidad social - Bancos, cajas y seguros –**  
**Compromiso RSE** [www.compromisorse.com](http://www.compromisorse.com)
- <https://www.bbva.es/particulares/subhome/negocio-responsable/bbva-adecco.jsp>

## DIA

- **Página web corporativa oficial de la empresa:**  
<http://www.diacorporate.com/es/>
- **Informes anuales:**  
[memoriaanual2013.diacorporate.com](http://memoriaanual2013.diacorporate.com)