

## Anexo I. Registro del Título del Trabajo Fin de Grado (TFG)

NOMBRE DEL ALUMNO: Lucia Berni

PROGRAMA: E4 (San Diego) GRUPO: A

FECHA: 28/10/2024

Director Asignado: Gismera Tierno, Laura  
Apellidos Nombre

### Título provisional del TFG:

Greenwashing en el Sector Energético: Caso Iberdrola vs. Repsol

**ADJUNTAR PROPUESTA (máximo 4 páginas: Índice provisional, objetivos, metodología y bibliografía)**

**Firma del**

**estudiante:**

**Lucia Berni Gonzalez**

**Fecha: 28/10/2024**

## Índice Provisional

### 1. Introducción

- a. Definición de sostenibilidad en el contexto empresarial.
- b. Importancia de la sostenibilidad para la reputación corporativa.
- c. Relación entre sostenibilidad y percepción del consumidor.
- d. Definición del greenwashing.
- e. Impacto del greenwashing en la reputación y la confianza del consumidor a nivel general.

### 2. El Greenwashing y la Sostenibilidad en el Sector Energético

- a. El rol del sector energético en la transición hacia la sostenibilidad.
- b. Estrategias de sostenibilidad corporativa comunes en empresas energéticas (descarbonización, renovables, agenda 2030, criterios ESG).
- c. Relación entre sostenibilidad corporativa y reputación empresarial.
- d. Ejemplos de greenwashing en el sector energético.

### 3. Caso de Estudio: Iberdrola vs. Repsol

- a. Contexto y antecedentes del conflicto: una descripción de las demandas entre Iberdrola y Repsol por acusaciones de greenwashing.
- b. Análisis de las estrategias de sostenibilidad de ambas empresas: cómo han manejado su imagen frente a las acusaciones.
- c. Impacto reputacional: evaluación de cómo el conflicto ha afectado la percepción pública de Iberdrola y Repsol.
- d. El papel del gobierno y las políticas energéticas: análisis del apoyo gubernamental y cómo afecta las estrategias de sostenibilidad de ambas empresas.

### 4. Análisis del Caso Iberdrola vs. Repsol

- a. Análisis de las demandas, argumentos legales y su evolución.
- b. Estrategias de comunicación, gestión de la crisis: cómo han manejado Iberdrola y Repsol su comunicación ante el público y los medios.
- c. Percepciones internas: análisis basado en la entrevista con la empleada de Repsol sobre la respuesta de la empresa al conflicto.
- d. Reacciones del mercado e inversionistas: cómo/ si ha impactado el conflicto en la valoración de ambas empresas y en las decisiones de los inversores.
- e. Límites y riesgos del greenwashing en el sector energético.

### 5. Implicaciones del Caso para el Futuro del Sector Energético

- a. Consecuencias del caso para la credibilidad de las prácticas sostenibles en el sector energético.
- b. Impacto del greenwashing en la regulación energética y la transparencia corporativa.
- c. Cambios potenciales en las estrategias empresariales para evitar acusaciones de greenwashing en el futuro.

### 6. Conclusiones

- a. Reflexiones sobre el impacto global del greenwashing en el sector energético.
- b. Evaluación del caso Iberdrola vs. Repsol como ejemplo de las tensiones entre imagen y realidad en las empresas energéticas.
- c. Propuestas para mejorar la regulación y la transparencia en las prácticas sostenibles en el sector energético.

### 7. Referencias

1. **Alonso, A., & Marqués, J. M. (2019).** *Innovación financiera para una economía sostenible.* Banco de España.

2. **Delgado, A., & Oviedo, M. (2019).** *¿Cómo ha integrado Iberdrola la Agenda 2030 en su gestión?* Icade: Revista de la Facultad de Derecho.
3. **Domínguez Bravo, J., Lago Rodríguez, C., Prades López, A., & del Pilar Díaz Cuevas, M. (2010).** *Energías renovables y modelo energético, una perspectiva desde la sostenibilidad.*
4. **Folque, M., Escrig-Olmedo, E., & Corzo Santamaria, T. (2021).** *Sustainable development and financial system.* Sustainable Development.
5. **García, C. B. (2018).** La mejor solución a tu problema. Hacia una Filosofía del Marketing y el Consumo. *Revista Portuguesa de Filosofia*, 74(2/3), 451–472.  
<http://www.jstor.org/stable/26509992>
6. **Guo, R., Tao, L., Li, C. B., & Wang, T. (2017).** A Path Analysis of Greenwashing in a Trust Crisis Among Chinese Energy Companies: The Role of Brand Legitimacy and Brand Loyalty. *Journal of Business Ethics*, 140(3), 523–536. <http://www.jstor.org/stable/44164308>
7. **Iberdrola. (2023).** *Estado de información no financiera. Informe de sostenibilidad. Ejercicio 2023.* Iberdrola.
8. **Lane, E. L. (2012).** Green Marketing Goes Negative: The Advent of Reverse Greenwashing. *European Journal of Risk Regulation*, 3(4), 582–588. <http://www.jstor.org/stable/24323826>
9. **Nagel, S., Hiss, S., Woschnack, D., & Teufel, B. (2017).** Between Efficiency and Resilience: The Classification of Companies According to their Sustainability Performance. *Historical Social Research / Historische Sozialforschung*, 42(1 (159)), 189–210.  
<http://www.jstor.org/stable/44176029>
10. **Repsol. (2023).** *Estrategia de sostenibilidad de Repsol.* Obtenido de Repsol:  
<https://www.repsol.com>
11. **Repsol. (2024).** *Plan Global de Sostenibilidad.* Repsol.
12. **Vizcaino López, A. (2022).** *Greenwashing, mentiras verdes para vender más.* El Ecologista.
13. **Woolverton, A., & Dimitri, C. (2010).** Green marketing: Are environmental and social objectives compatible with profit maximization? *Renewable Agriculture and Food Systems*, 25(2), 90–98. <http://www.jstor.org/stable/44490574>

## 8. Anexos

- a. Documentación adicional relevante (gráficos, tablas, entrevistas, informes...)
- b. Material de soporte y estudios previos de cada empresa.

## Objetivos

El propósito de este trabajo es analizar el fenómeno del greenwashing en el contexto empresarial, específicamente enfocado en el sector energético. Para ello voy a usar el caso de Iberdrola y Repsol y sus recientes demandas como análisis de este fenómeno y cómo afectan a la reputación corporativa, la percepción pública y las estrategias de sostenibilidad corporativas.

Para realizar este propósito, cumpliré los siguientes objetivos:

1. Definir el concepto de greenwashing y cómo afecta la credibilidad y la reputación empresarial.

2. Analizar las estrategias de sostenibilidad corporativa en el sector energético.
3. Detallar en profundidad el caso Iberdrola vs. Repsol.
4. Evaluar el impacto del caso en el mercado y en la percepción de los clientes y el público.
5. Explorar las implicaciones a largo plazo de este fenómeno en el contexto energético.

## **Metodología**

La metodología de este trabajo se estructura en tres fases principales: la revisión bibliográfica, el análisis de medios y documentos, y una entrevista cualitativa junto con documentos internos. La metodología está diseñada para explorar el caso de *greenwashing* en Iberdrola y Repsol desde múltiples perspectivas y con una base en fuentes secundarias y primarias.

### **1. Revisión Bibliográfica**

- a. **Fuentes Secundarias:** Se realizará un análisis de artículos académicos, informes ESG informes de sostenibilidad y documentos especializados sobre el fenómeno del *greenwashing* en el sector energético. Estas fuentes proporcionarán el contexto necesario y las bases teóricas para el análisis.
- b. **Justificación de Margen:** Se considerarán fuentes de los últimos diez años, con prioridad en documentos y estudios relevantes de los últimos cinco años. Este margen permitirá un análisis actualizado de las prácticas sostenibles y de *greenwashing* además de la actualidad en la industria energética.

### **2. Cobertura Mediática del Caso y sus Demandas**

- a. **Medios:** Se revisará la cobertura mediática del caso Iberdrola vs. Repsol, incluyendo artículos de prensa, comunicados de ambas empresas y análisis de medios especializados. Esta revisión aportará una perspectiva externa y pública sobre el conflicto, permitiendo identificar el impacto en la percepción social y en la reputación de ambas empresas.
- b. **Justificación de Margen:** La revisión de medios se centrará en artículos y reportajes publicados en el último año para capturar la evolución reciente y el impacto inmediato de las demandas en la imagen pública de ambas empresas.

### **3. Entrevista Cualitativa y Documentación de Repsol**

- a. **Entrevista:** Se realizará una entrevista cualitativa con una gerente de Repsol para obtener información directa sobre el enfoque de la empresa en sostenibilidad y sus estrategias frente a las acusaciones de *greenwashing*. La entrevista permitirá acceder a una perspectiva interna y matizar el análisis sobre el enfrentamiento entre las dos empresas.
- b. **Documentación Directa de la Empresa:** Además, se buscará documentación oficial de Repsol sobre sus políticas y prácticas sostenibles para complementar el análisis con datos internos y contrastar su discurso público.
- c. **Justificación de Margen:** La inclusión de una fuente interna y actualizada de Repsol se justifica para complementar y verificar la información de fuentes externas, garantizando una comprensión integral y no sesgada del conflicto. Además se podrán analizar fuentes y documentos internos.

### **4. Análisis de las Estrategias Comunicativas de las Empresas**

- a. **Evaluación de Estrategias Sostenibles:** Se realizará un análisis de los informes públicos y material publicitario/ de marketing de Iberdrola y Repsol, evaluando cómo comunican sus prácticas sostenibles y su compromiso con los criterios ESG. Este análisis comparativo ayudará a identificar patrones de *greenwashing* y su posible influencia en la percepción del consumidor.
- b. **Justificación de Margen:** Este análisis cubrirá el material publicado en los últimos tres años, un margen adecuado para evaluar las estrategias de marketing de ambas empresas y su alineación con los compromisos de sostenibilidad anunciados públicamente.