

**Un análisis de la Responsabilidad Social
Corporativa en el sector energético español:
cómo se presenta, cómo se percibe.**

Alumna: Diana Lasierra Asún
Tutor: José Mariano Moneva Abadía
TFM 2018-2019

INDICE

1. Introducción	4
<i>Motivación</i>	
<i>Objetivos</i>	
<i>Aportaciones</i>	
<i>Estructura del trabajo</i>	
<hr/>	
2. Antecedentes	7
<i>Responsabilidad Social Corporativa</i>	
<i>Divulgación de la Responsabilidad Social Corporativa</i>	
<i>Responsabilidad Social Corporativa: Coste o inversión</i>	
<i>Sector energético</i>	
<hr/>	
3. Datos y metodología	12
3.1 Datos	12
3.2 Metodología	13
<hr/>	
4. Resultados	17
4.1 Análisis de las memorias de sostenibilidad	17
4.2 Comparación de la información suministrada por las empresas y la realidad	24
<hr/>	
5. Conclusiones, recomendaciones, limitaciones y extensión del estudio	27
<hr/>	
6. Referencias	30

RESUMEN

Este trabajo analiza la Responsabilidad Social Corporativa de las empresas del sector energético que cotizan en el Ibex 35. Se trata de contrastar la divulgación que hacen estas empresas sobre la política sostenible, respecto, a la percepción que tiene sobre ello la sociedad. Esto permite aproximarse a la razón por la que las empresas elaboran y comunican las actuaciones sostenibles. Es decir, averiguar si responde a una clase de marketing sofisticado o más bien constituye un compromiso real de las empresas con asuntos que preocupan a la sociedad.

El desarrollo del estudio sigue la Triple Bottom Line (dimensión económica, social y medio ambiental), pero se centra en las dimensiones social y medio ambiental. El análisis se realiza de la comparativa de dos índices. El Índice de Sostenibilidad, que recoge la información suministrada en las memorias de sostenibilidad de las empresas, de un periodo de tres años, y el Índice de Sostenibilidad Real, que engloba lo que realmente percibe la sociedad en general, obtenido de diversas fuentes externas a la empresa.

Del análisis se concluye que las compañías del sector desarrollan actuaciones que son percibidas como insuficientes en su dimensión social mientras que la sociedad expresa una valoración más positiva del ámbito medio ambiental. Por ello, se puede especular que la Responsabilidad Social que realizan las empresas, sobre todo en los aspectos sociales, se trata de una cuestión de reputación empresarial.

PALABRAS CLAVES: Responsabilidad Social Corporativa, Memorias de sostenibilidad, Indicadores de sostenibilidad, Compromiso empresarial y Objetivos de la empresa

1. INTRODUCCIÓN

Motivación

La razón, por la que se realiza este trabajo, es dilucidar aspectos sobre la Responsabilidad Social Corporativa (RSC en adelante) recogidos no sólo en el ámbito académico, sino también en el profesional y a nivel social.

El desarrollo económico es una meta a alcanzar por todas las sociedades. Dicho desarrollo produce, a veces, determinados costes, y genera efectos negativos como el cambio climático, la contaminación, desigualdad o limitaciones en los derechos humanos entre otros desajustes. Los cuales afectan y preocupan al conjunto de la sociedad, porque en realidad son costes sociales. La Comisión Mundial sobre Medio Ambiente y Desarrollo en su Informe Brundtland (1987) define el desarrollo sostenible como *“aquél que satisface las necesidades del presente, sin comprometer la capacidad de las generaciones futuras de satisfacer sus propias necesidades”*. En la actualidad, no sólo es relevante alcanzar un nivel de progreso, sino también es importante la forma de conseguirlo. Es decir, el desarrollo económico, objetivo a alcanzar, debe ser también socialmente sostenible, en términos de evitar diversos costes sociales. Esto ha conducido a las empresas a incorporar el concepto de RSC en su estrategia empresarial. La gestión sostenible de las empresas es beneficiosa, no sólo para las propias entidades, sino también para la sociedad y el medio donde desarrollan sus actividades.

A finales del siglo XX surge el interés de las empresas de vincular su actividad, estrictamente económica, con la sociedad y el entorno que le rodea. Cambia el paradigma acerca de los objetivos empresariales, y las empresas, consideran que deben de contribuir a crear valor, no solo financiero para sus accionistas sino también otros valores para la sociedad. A partir de aquí, las corporaciones comienzan a elaborar unas memorias o informes de sostenibilidad, con la finalidad de divulgar las acciones y analizar los efectos del impacto de la actividad empresarial en el conjunto de la sociedad. La comunicación de la información, a los agentes interesados, aumentará la credibilidad de estas empresas sobre su contribución a la sociedad en su más amplio sentido. El desarrollo sostenible de la empresa, genera valor para la sociedad, que no sólo va destinado a sus accionistas o propietarios, sino a todos y cada uno de sus grupos de interés que confluyen en la empresa, los “stakeholders”.

Se observa que las empresas prosperan más, si mantienen actitudes en las que asumen y comparten los valores de la sociedad. Por el contrario, las que ofrecen una separación entre ellas y su entorno suelen encontrar dificultades en el futuro. Así lo afirmaba Elkington (1998): *“las empresas líderes comienzan a tener una visión más amplia de contabilidad, auditoría y publicación de información, que comprende aspectos financieros, ambientales y sociales o éticos”*. Esta filosofía dio lugar al término Responsabilidad Social Corporativa (RSC) o Responsabilidad Social de la Empresa (RSE).

Respecto al Marco Conceptual de la Responsabilidad Social Corporativa, la Asociación Española de Contabilidad y Administración de la empresa (2004) define la RSC como *“el compromiso voluntario de las empresas con el desarrollo de la sociedad y la preservación del medio ambiente, desde su composición social y un comportamiento responsable hacia las personas y grupos sociales con quien se interactúa”*. Antes, la Comisión Europea en el Libro verde (2001) definía la RSC como *“la integración voluntaria, por parte de las empresas, de las preocupaciones sociales y medioambientales en sus operaciones comerciales y sus relaciones con sus interlocutores”*.

El valor de la incorporación por parte de la empresa de la RSC no sólo se limita al ámbito económico sino también al social y al ambiental. Las actuaciones en esas tres dimensiones le permite la mejora de su reputación social frente a la sociedad lo cual a su vez generará mayor valor económico para la empresa. Así se muestra en la noticia siguiente: *“Las empresas deben apostar por la sostenibilidad: no habrá negocio sin ser sostenibles” (El economista.es 1/7/2019)*.

Por otra parte, la tecnología y la globalización ofrecen a la sociedad un mejor y más fácil acceso a la información. Esto permite al conjunto de los agentes económicos y sociales conocer mejor, ser más críticos, analíticos y discernir sobre las actuaciones empresariales, más allá de lo que las empresas divulgan acerca de sus acciones. Esto se puede observar desde el acceso a los recursos, al propio proceso productivo y hasta la fase comercialización. Es decir, todas las fases de la actividad empresarial pueden ser diseccionadas y analizadas. Esta circunstancia empuja hacia una filosofía empresarial con valores éticos, tanto sociales como medio ambientales. Los stakeholders afectados por las empresas, y la sociedad en su conjunto, tienen al alcance, no sólo conocer la información que divulga la empresa, sino también constatar su aplicación en la realidad.

Sin embargo, las actuaciones de RSC que difunden las empresas en sus informes públicos, queda en ocasiones cuestionada, al contrastarla con la percepción que tiene el conjunto de la sociedad. Así se desprende, de esta noticia del periódico El Diario.es fechada en 5/5/2019: “Las firmas del Ibex recibieron en 2018 más de 8.000 denuncias en sus buzones éticos sobre posibles irregularidades”, (elDiario.es 5/5//2019).

Objetivo

El objetivo principal es aclarar si las actuaciones que llevan a cabo las empresas en el ámbito de la RSC son percibidas por la sociedad tal como anuncian las empresas de su compromiso con la sociedad en temas medioambientales o sociales, o son actuaciones que lo que realmente pretenden es contribuir exclusivamente al beneficio económico de sus accionistas, es decir, un mero instrumento de marketing. Esto permitirá dilucidar la finalidad que subyace a la realización de la RSC por parte de las empresas.

Acerca de esta concordancia, entre la finalidad de lo que hace la empresa en el ámbito de la RSC y lo que la sociedad observa, Escobar y González (2000). Su estudio analiza de forma longitudinal la RSC de Endesa. Y constatan la inclinación por parte de la empresa de desarrollar las iniciativas sostenibles básicamente como *“instrumento de marketing (propaganda y/o relaciones públicas) orientado a maximizar el valor para el accionista”*, en vez de ser una estrategia orientada a todos y cada uno de los stakeholders. La consecuencia de esta disociación entre empresa y sociedad, sería la consideración de que, o bien las empresas comunican mal lo que hacen en términos de RSC o bien las actuaciones son meros instrumentos de marketing. Esto nos llevará a tratar de aclarar la razón de la implantación de la RSC, si se acerca más a un instrumento de propaganda o a un objetivo estratégico de la empresa de carácter más social.

Aportaciones

La aportación de este trabajo, respecto al estudio de Escobar y González (2000), es la ampliación al conjunto de empresas españolas energéticas en un periodo concreto, frente al caso anterior ceñido a una sola empresa. Además de tratarse de un estudio de carácter transversal, no de tipo longitudinal como el citado anteriormente, más amplio, con más ítems y recurriendo a más fuentes de información.

La relación entre sostenibilidad y sector energético es un tema más controvertido que en otros sectores económicos. Este sector tiene un alto impacto en el entorno, puesto que su actividad están muy relacionada con el medio ambiente (puede producir

contaminación ambiental), tienen implicación en las comunidades locales (desaparición de localidades al construir un pantano, por ejemplo) y pueden extraer beneficios extraordinarios para sus grupos de interés, lo que normalmente se entiende como “capturas de rentas”. Pero también esta industria constituye un impulsor económico, social y político. Las empresas del sector energético que se analizan constituyen más del 0.8% de la aportación al PIB nacional y superan los 180.000 empleos directos como informa la Asociación de Eléctricas en su página web. Así pues, el sector energético constituye un motor para la economía por ser un servicio básico y un input para otras actividades empresariales. Por tanto, la influencia del sector y los efectos de su producción afecta al conjunto de la sociedad y a determinados aspectos como el medio ambiente. Esta preocupación, va más allá de los propios límites empresariales, pasando a ser una cuestión social y de interés para la política nacional e, incluso, internacional, pues las cuestiones medioambientales trascienden las fronteras. Se puede decir, que este sector no es un sector económico más.

Al mismo tiempo, una de sus peculiares características es que los pocos oferentes del sector puede dar lugar, a veces, a prácticas ajenas al libre mercado que constituyen objeto de denuncias y quejas ciudadanas, es decir, posiciones de oligopolio y actitudes buscadoras de rentas, en términos de economía pública. Por ello, con la RSC se espera que el sector actúe y cumpla un papel sostenible, en el más amplio sentido, con la economía y con la sociedad (Stjepcevic y Siksnyte, 2017).

La estructura de este trabajo se divide en varios apartados. En el primero se desarrolla la motivación, el objeto de estudio y las aportaciones. En el segundo, se exponen los antecedentes y la literatura sobre el estado de la cuestión. El tercer apartado se centra en los datos a analizar (memorias de las empresas y datos reales) y la metodología. En el cuarto apartado se mostrarán los resultados y su interpretación y en el último se señalan las aportaciones, limitaciones del estudio y las posibles extensiones del mismo.

2. ANTECEDENTES

2.1 Conceptos

Responsabilidad Social Corporativa.

Para aproximarnos al concepto de la RSC moderna conviene hacer una contextualización histórica del término. La RSC se encuadra dentro de las teorías de la

empresa. La aplicación de la RSC constituye una extensión en algunas de esas propuestas teóricas. La teoría económica neoclásica (Friedman, 1970) relaciona la responsabilidad social de la empresa únicamente con la función de responder a los intereses económicos de los propietarios de la entidad, sin considerar a la sociedad, es decir, maximizar los beneficios. Frente a esta corriente, surge otro planteamiento de gestión denominado modelo socioeconómico, que incorpora al objetivo de maximizar beneficio para el accionista, la consideración de un beneficio para la sociedad en su conjunto. Sus principales exponentes son Freeman (1984) y Carroll (1979).

Entre los años 80 y 90 del siglo XX, se desarrollan diversos estudios sobre la materia. En Alvarado (2008) se recogen un conjunto de teorías, como son: la presencia de las Asociaciones Corporativas que realizan Brown y Dacin (1997), en donde se señalan los requisitos y el conjunto de herramientas para determinar la RSC de acuerdo a los interlocutores y el entorno; la teoría del Desarrollo Sostenible de Gladwin, Kennelly y Krause, (1995) que definen el desarrollo sostenible como el proceso que permite el desarrollo humano de forma inclusiva, conectada, equitativa, prudente y segura; la pirámide de Carroll (1991 y 1999) en la que se distingue cuatro clases de RSC que puede llevar a cabo la empresa. La forma de abordar el concepto de la RSC en cada una de ellas es independientemente, pero todas ellas coinciden en la necesaria práctica de la sostenibilidad dentro de las funciones de la empresa. En definitiva como establece Lozano (2007) *“el término RSC tiene un perfil propio, porque es el resultado de un recorrido que ha evolucionado para crear un sistema relacional entre las empresas y la sociedad”*.

Finalmente, con objeto de enfocar este conjunto de teorías al presente trabajo, nos centramos en la reflexión de Drucker (1996): *“cada organización debe asumir la plena responsabilidad por el efecto que tenga en sus empleados, en el entorno, en los clientes y en cualquier persona o cosa que toque. Eso es responsabilidad social”*.

Actualmente, cada vez un mayor número de empresas reconoce más abiertamente su responsabilidad social y la considera parte de su identidad. Así lo recoge el Libro Verde de la Comisión Europea en una definición de RSC actualizada en 2011 *“la RSC es la responsabilidad de las empresas por su impacto en la sociedad”*.

Comunicación de la información no financiera

La incorporación de la RSC en las empresas genera un problema acerca de la transmisión de este tipo de prácticas a los interesados. En estos tiempos, las empresas

tienen la obligación legal de elaborar y comunicar la información relativa a su actividad empresarial. Esta exigencia legal se refiere únicamente a la información financiera. A diferencia de esta información, la relativa a la responsabilidad social no es exigida por ley, pero la demanda de los stakeholders y de la sociedad en general, ha empujado a las compañías a su presentación pública.

El problema de divulgar la información no financiera es la falta de una normalización debido a la inexistencia de una obligación legal. Esto conlleva la disparidad y desigualdad en la presentación y contenido de esta información. De ahí la necesidad de generar ciertos marcos y normas que permitan ayudar a las empresas a su reporting. Vázquez (2005) establece entre los principios característicos de la RSC la utilización de indicadores. Estos indicadores deben permitir evaluar el desarrollo de los contenidos y la puesta en marcha de procedimientos, con la finalidad de que recoja la información estandarizada de la RSC de la empresa, y pueda ser objeto de análisis y toma de decisiones por parte de los stakeholders. La Comisión Europea en el Diario Oficial de la Unión Europea de julio de 2017 establece *“La divulgación adecuada de información no financiera es un elemento esencial para posibilitar la sostenibilidad de la actividad financiera”*. En respuesta a la Agenda 2030 han surgido los 17 Objetivos de Desarrollo Sostenibles (ODS) del Pacto Mundial o El Global Reporting Initiative (en adelante GRI) de CERES (*Coalition for Environmentally Responsible Economies*) y UNEP (*United Nations Environmental Programme*).

Esta última iniciativa de información en sostenibilidad, la GRI, es la más difundida y aceptada en la actualidad, por ello será la utilizada en este trabajo. Este indicador pretende dotar de una serie de ítems que sirvan como guía para diseñar la gestión de la RSC de la empresa, así como para las políticas, procedimientos, programas y demás. Inicialmente, este indicador fue creado por CERES en 2003. Sin embargo, la UNEP FI (programa de medioambiente de Naciones Unidas para instituciones financieras) se asoció al Global Reporting Initiative, a fin de continuar con el trabajo logrado hasta la fecha en el área social y comenzar a trabajar en el desarrollo de indicadores de desempeño medioambiental.

La publicación de las medidas de RSC de la empresa proporciona a los stakeholders la información referente a esta. Dadas las demandas sociales en cuanto a la sostenibilidad de las empresas, la implantación y comunicación de la RSC en la estrategia de la empresa, pasa a ser una oportunidad de negocio, una ventaja competitiva en el mercado (Porter y Kramer, 2006). Desde una perspectiva más neoliberal, la introducción de la

RSC en la empresa supone un coste de recursos destinados a llevar a cabo los proyectos e iniciativas sostenibles. Por tanto, cabría preguntarse si para la empresa el destino de los recursos hacia la RSC es una inversión o un coste y, en cualquier caso, el motivo por el que lo realiza.

RSC: coste o inversión

Las actuaciones relacionadas con la RSC, inicialmente suponen costes. Puede interpretarse que estos costes luego se recuperan y por tanto, son una inversión. Se da el caso de que la RSC se podría considerar como un instrumento que mejora la imagen de la empresa y por tanto las ventas.

En este punto, debería tenerse en cuenta lo que señalan Baumol y Blackman (1993) acerca de que unos mayores costes en la producción, para atender cuestiones diversas, reducen la competitividad de la empresa. Es lo que han denominado como la “Teoría de la Exclusión del Despilfarro”: aquella empresa que incurra por esas razones en un aumento de costes será expulsada del mercado, si las otras empresas no hacen lo mismo. Sin embargo, se puede creer que es una cautela innecesaria en el caso de la RSC, por lo menos en estos momentos, en los que los compromisos adquiridos por las empresas son limitados. Los costes, que estas prácticas suponen para la empresa, no son tan elevados como para que la empresa se sitúe en una posición menos competitiva.

Por otra parte, las empresas que aplican criterios de la RSC también pueden verse beneficiadas por respuestas positivas de la sociedad en general, y de los consumidores en particular, sin que esto se considere una estrategia pura de marketing.

En cualquier caso, mientras persista el riesgo señalado por Baumol y Blackman, cuantas más empresas se comprometan a la RSC, mayor podrá ser la contribución que cada una de ellas realiza a las actividades sostenibles, sin ver amenazada su posición competitiva.

En cambio, Salas (2009) remarca la necesidad de llevar a cabo una RSC por parte de las empresas. Considera que la actividad empresarial produce ciertos impactos negativos en la sociedad y en el medio ambiente que motivan actuaciones para minimizarlos. Estos autores señalan la existencia de una separación frecuente entre las estrategias y actuaciones llevadas a cabo por la empresa, y el bienestar que recibe la sociedad y el entorno fruto de dichas estrategias.

Sector energético

La elección de este sector se debe a que constituye un eje relevante para el desarrollo social y económico, en su doble papel de insumo productivo y de bien de primera necesidad. Otra peculiaridad, de este sector, es la dificultad de determinar el precio del bien en algunas ocasiones, resultado de la singularidad de la mercancía a intercambiar, que dificulta su almacenamiento y por tanto la posibilidad de aunar oferta y demanda. Así mismo, el sector energético en su funcionamiento tiene algunas características de “monopolio natural”. Lo cual le lleva a generar algunas prácticas que afectan a la libre competencia, por lo que es objeto de habituales quejas de los usuarios, consumidores y gobiernos, además de estar sometido a regulaciones gubernamentales.

El sector se encuentra en el doble papel de mantener el nivel de suministro para la actividad económica, a la vez que introduce las nuevas tecnologías y energías que favorecen la sostenibilidad (Informe del Consejo Económico y Social de 2017). Al sector se le plantea la difícil tarea de preservar objetivos ambientales en el mismo nivel que los objetivos económicos y sociales en esta transición. El cambio de modelo sostenible también llega al sector energético. Por ello, el sector se haya en un proceso de “descarbonización” hacia el objetivo europeo de reducción al 80% las emisiones de GEI (Gas Efecto Invernadero) en la UE en 2050. Las inversiones, que realizan las empresas del sector, en innovación y tecnología, están orientadas a este nuevo modelo económico, dónde el peso de las energías renovables aumente. Son numerosos los acuerdos y agendas que se llevan a cabo a nivel europeo para establecer un marco regulatorio estable y seguridad jurídica que permitan la transición energética, puesto que es necesario preservar objetivos ambientales.

Todas estas circunstancias señalan la relevancia de la incorporación de la sostenibilidad en el ámbito de las actividades empresariales, y la importancia del sector energético en la actividad económica y sobre todo en el futuro de una economía sostenible. Por ello, la implementación de la RSC en las empresas energéticas ha sido objeto en varios estudios. Señalaremos el análisis de las políticas de responsabilidad social para el caso de Iberdrola de Sáez, Horno y Lago (2008) o el de Escobar y González (2000) que se centraba en Endesa. En este trabajo se tratará de analizar la práctica de las actuaciones de la RSC de las empresas comparativamente a la percepción que tiene la sociedad de estas. En este sentido en otros países se han desarrollado este tipo de estudios. Por ejemplo, Zao When (2015) concluye como la mayor parte de las empresas analizadas del sector energético difieren entre la preocupación que muestran en sus informes con los efectos conseguido de estas medidas. Por su parte, Barnes (2016) que se centra en

las empresas energéticas renovables de Islandia y EEUU, obtenía conclusiones similares.

3. DATOS Y METODOLOGÍA

3.1 Datos

Las dos fuentes de datos que se utilizan en este estudio son:

1. Las memorias de sostenibilidad de las empresas.
2. Datos procedentes de diversas fuentes externas.

Las memorias de sostenibilidad de las empresas

El sector energético queda subdividido en tres subsectores: petróleo, electricidad y gas y energías renovables. El campo de estudio son las empresas referentes a los dos últimos subgrupos:

Subsector: 1.1	REPSOL, S.A.
Petróleo	

Subsector: 1.2	ENAGAS, S.A.
Electricidad y	ENDESA, S. A.
Gas	IBERDROLA, S.A.
	NATURGY ENERGY GROUP, S.A.
	RED ELECTRICA CORPORACION, S.A.

El análisis se realizará sobre el reporting que elaboran las empresas citadas. Esta divulgación sigue el Triple Botton Line que abarca las tres dimensiones económica, social y medio ambiental. El trabajo se centra en las dos últimas dimensiones (social y medio ambiente) para los años 2016, 2017 y 2018.

2. Datos procedentes de fuentes externas a la empresa.

Los datos analizados para la comparativa de las memorias con la percepción real de los stakeholders, provienen de varias fuentes externas a la empresa. En unos casos se trata de estadísticas de organismos oficiales, del Ministerio de Trabajo, Inmigración y Seguridad Social. Otras proceden de sentencias, declaraciones o notas de prensa en medios de comunicación, por esta razón hay que ser conscientes y muy prudentes en la interpretación de estos últimos datos.

3.2 Metodología

La metodología seguida en el estudio se ha dividido en dos partes:

- PARTE A: Análisis de contenido de las memorias de sostenibilidad de las empresas, a lo largo de los tres años.
- PARTE B: Comparación de la información que refleja la percepción de la sociedad respecto a la información divulgada por las memorias (parte A).

El orden del análisis seguirá el estudio de los dos bloques ya comentados. Estos bloques se concentrarán en una serie de ítems que recogen los principales asuntos que tratan las empresas sobre sostenibilidad.

Los ítems a considerar de cada dimensión se establecen a continuación. Su denominación se basa en la que establece la guía GRI 2016 con la modificación propia necesaria para que se ajustase a este estudio. Esta metodología es una aproximación propia partiendo de la establecida en el estudio de Haro et al (2011).

El bloque ambiental está compuesto por 8 ítems (tabla 1) y la dimensión social, se subdivide en función de los grupos de interés afectados: laboral (LA), sociedad (SO), proveedor (PR) y cliente (CL) (tabla 2).

Tabla 1. Ítems de la dimensión medio ambiental

No.	GRI	DESCRIPCIÓN
1	EN 301	Materiales 2016
2	EN 302	Energía 2016
3	EN 303	Agua
4	EN 304	Biodiversidad
5	EN 305	Emisiones
6	EN 306	Efluentes y residuos
7	EN 307	Cumplimiento ambiental
8	EN 308	Evaluación ambiental de proveedores

Fuente: Elaboración propia a partir de GRI 2016

Tabla 2.Ítems de la dimensión social

No.	GRI	DESCRIPCIÓN
1	LA 401	Empleo
2	LA 402	Salud y Seguridad en el trabajo
4	LA 404	Diversidad e igualdad de oportunidad
5	LA 405	No discriminación
6	LA 406	Libertad de asociación y negociación colectiva
7	LA 407	Trabajo infantil
8	LA 408	Trabajo forzoso u obligatorio
9	SO 409	Derechos de los pueblos indígenas
10	SO 410	Evaluación de los derechos humanos
11	SO 411	Comunidades locales
12	PR 412	Evaluación social de los proveedores
13	PR 413	Políticas públicas
14	CL 414	Salud y seguridad de los clientes
15	CL 415	Marketing y etiquetado
16	CL 416	Privacidad del cliente

Fuente: Elaboración propia a partir de GRI 2016

Parte A:

El análisis de contenido, se basa en el estudio de la información que divulgan las empresas energéticas en los informes y memorias sostenibles de los años 2016 - 2018. La información no financiera presentada por las empresas es muy heterogénea, esto puede dificultar el análisis. Por esta razón, se parte del estudio de la matriz de materialidad de las empresas, incluida en las mismas memorias. Estas matrices identifican la relevancia que asignan los stakeholders y la propia empresa a los ítems objeto de estudio. Este instrumento permite homogeneizar el estudio entre las seis empresas, al elaborarlo todas ellas. Debemos señalar que esta información también se analizará.

El instrumento utilizado para el análisis de los ítems en las memorias es el Índice de Sostenibilidad (en adelante IS).

El IS pretende determinar, para el conjunto de empresas, el compromiso que la empresa tiene respecto a cada ítem a lo largo de los tres años. Para ello, se determina el peso relativo para cada ítem del conjunto de las empresas respecto al total. Este indicador es

el cociente entre la valoración que le dan todas al ítem respecto al máximo valor que podría obtener:

$$IS = \left(\frac{\sum \text{Valor Item empresas}}{\sum \text{Valor maximo Item empresas}} \right) * 100$$

La valoración sigue los siguientes criterios de puntuación:

- Según la identificación de la información del ítem en los informes.
 - Si aparece en los informes de sostenibilidad se valorará con un punto, en caso contrario será de 0 puntos.
 - Esto se repetirá en los tres años.
- Según la valoración de la información comparada con el/los año/s anterior/es.
 - Si el ítem ha mejorado a lo largo de los años estudiados se otorgará un punto más. Esto se repetirá cada año. En caso contrario, no sumará.

La obtención de la puntuación máxima es el sumatorio de la mayor valoración en ambos criterios de puntuación.

El resultado de la tabulación de estos datos queda representado en las tablas de colores 4 y 5. En ellas se muestra para cada ítem y cada empresa una valoración, de acuerdo al sistema anterior. Esta valoración se identifica con un color de acuerdo a la siguiente escala: rojo, cuando ha sido baja, amarillo: intermedia y verde: alta. Además del análisis individual, se otorga una media del sector para determinar la valoración del conjunto de las empresas.

Parte B

En esta segunda parte del trabajo, se contrasta la información recogida en la parte A con datos externos a la empresa que muestran la percepción que la sociedad y los stakeholders tienen sobre las medidas sostenibles que comunica el sector.

En este caso, se realizará directamente para el sector y no para cada empresa, puesto que los datos externos se obtienen en su mayoría a nivel sectorial.

El instrumento, utilizado para este análisis, es el Indicador de Sostenibilidad Real (en adelante ISR). Este indicador sigue la fórmula del IS. A diferencia del anterior, en el ISR la valoración de cada ítem se determina del análisis de la información referente al sector respecto al total de la economía. La información relativa a cada ítem varía. A continuación, se concretan las fuentes y su obtención:

- Medio ambiente (EN 301-308): A partir de los informes de la Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia, que recoge reclamaciones de los consumidores sobre las empresas del sector. También se analizan sentencias sobre el sector.
- Laboral: datos estadísticos socio-laborales facilitados por la Seguridad Social, Ministerio de Trabajo, Migraciones y Seguridad Social:
 - Empleo (LA 401): el dato se elabora a través de datos de nivel de empleo facilitados por el Ministerio de Trabajo, Migraciones y Seguridad Social y estadística sobre las relaciones en el trabajo.
 - Salud y Seguridad en el Trabajo (LA 402 y 403): se realizará una valoración conjunta de datos estadísticos sobre accidentes laborales y calidad en el trabajo, datos facilitados por Ministerio de Trabajo, Migración y Seguridad Social.
 - Diversidad e igualdad de oportunidades (LA 404 y 405): Parámetro de elaboración propia en el que se ha analizado el organigrama de las empresas para recabar información sobre el número de trabajadoras en las empresas y otros grupos en riesgo de exclusión, sobre todo en puestos de nivel medio y alto.
 - Libertad de asociación y negociación colectiva (LA 406). se realiza una valoración conjunta de tres datos: Estadística sobre convenios colectivos de trabajo (número de convenios colectivos aprobados en el sector en ese año), Estadística sobre mediación, arbitraje y conciliación: número de conflicto laboral solucionados) y Estadística sobre huelgas y cierres patronales (número de huelgas o cierres patronales que se han llevado a cabo en el sector en el año).
- Comunidad:
 - Trabajo infantil y forzoso (SO 407-410) datos obtenidos de ONG (Save the Childrens). Aunque se mencionan estos ítems, el sector energético no es uno de los sectores económicos más afectado por ellos.
 - Comunidad (SO 411): los datos se obtienen de las estadísticas que proporciona la Comisión de Energía, FACUA-Consumidores en Acción y Organización de Consumidores y Usuarios.
- Proveedores (PR 412y 413): en cuanto a esta categoría hay que señalar que estas empresas por el tipo de producto que suministran tiene una estrecha relación con las políticas públicas. Por ello, para este ítem se ha analizado la legislación establecida por la administración en esos años. Análisis de la legislación del sector y contenido de esta.

- Clientes (CL 414-416): los datos se obtienen de las estadísticas que proporciona la Comisión de Energía, FACUA-Consumidores en Acción y Organización de Consumidores y Usuarios, sobre las denuncias realizadas a estas empresas por los clientes.

4. Resultados

4.1 Análisis de la RSC en el sector energético

Antes de proceder al análisis de la RSC en las empresas del sector energético, es importante comprender el marco dónde se encuadra en las memorias dentro de cada una de las empresas.

A) Análisis individual de las empresas energéticas:



REPSOL: La sostenibilidad ocupa un papel importante para la empresa, puesto que en la web se le otorga una visibilidad directa.

Repsol reporta la información no financiera en un informe integrado con el resto de información financiera. Aun así, para el año 2017 publica la información separada: "Informe de Sostenibilidad". Esto ha evolucionado a lo largo de los tres años. En 2016 parte de un informe separado (Informe de Sostenibilidad), en 2017, lo integra dentro de la información financiera, pero mantiene también el formato del informe separado, y en 2018, únicamente establece el documento integro con toda la información.

En los informes, recoge los grupos de interés y el dialogo que establece con ellos y adjunta la gráfica de materialidad. En 2016, en la gráfica no se especifica el aspecto a tratar sólo la dimensión en la que se encuadra y su relevancia según Repsol y sus grupos de interés. A lo largo de los años, la matriz de materialidad mantiene evaluaciones similares. Los asuntos medio ambientales tienen mayor consideración por parte de los stakeholders que por la empresa. Sin embargo, aspectos como el cambio climático, la innovación y los accidentes mantienen prioridad alta y la misma relevancia para los dos. Se incluyen aspectos como los derechos humanos y pueblos de los indígenas con poca importancia para los grupos de interés y alta o media para la empresa. Al revés ocurre con asuntos más cercanos al ámbito laboral y al gobierno corporativo como son la lucha contra la corrupción, el código de conducta o la diversidad e igualdad.



ENAGAS: En la web de la empresa es fácilmente accesible la información sostenible y su documentación.

La información no financiera se encuadra dentro del informe anual, como información no financiera. La información no financiera se divulga con un informe separado para los tres años. Se identifican los ítems GRI a los que hace referencia en cada apartado.

La matriz de materialidad aunque cambia su aspecto de presentación, muestra el mismo contenido. Desde 2016, la compañía y sus grupos de interés comparten la misma importancia alta para ítems como la transición energética hacia una economía baja en carbono, y otros del bloque ambiental: el cambio climático y la eficiencia energética. En materia de ética e integridad, la compañía ha lanzado diversas iniciativas especialmente en materia de corrupción, aunque no es suficiente para aunar el grado de relevancia entre los stakeholders y la empresa. Entre los aspectos menos importantes destacar los impactos a la comunidad, aunque es considerado así para ambos y por último, la seguridad y salud laborales resultan más relevantes para Enagás que para sus grupos de interés.

A lo largo de los tres años, los criterios de materialidad de los stakeholders y la organización se mantienen muy similares: alta importancia para la transición, el cambio climático y la seguridad laboral; y menos relevante el impacto a la comunidad. Asuntos como buen gobierno preocupan más a la corporación que a los stakeholders.



ENDESA: La empresa ofrece acceso directo a la información de sostenibilidad del año presente, pero no a la de años anteriores. La información sobre RSC se elabora como

informe externo.

Endesa sigue los principios del Pacto Mundial y los ODS, además de los GRI. Se incluye la clasificación de los grupos de interés y su dialogo así como la matriz de materialidad. Sobre la matriz de materialidad los temas sociales, en general, ocupan un nivel de prioridad media mientras que los ítems económicos, a excepción de la mejora de la eficiencia operativa adquieren una importancia alta.

En general, los asuntos dónde tanto stakeholders como Endesa coinciden en el grado de relevancia son la descarbonización, la orientación al cliente y mejora de la eficiencia operativa. Sin embargo, el cumplimiento y gestión medio ambiental, así como la cadena de suministros sostenible, tienen prioridad alta para los grupos de interés, no es igual

para la compañía, siendo los aspectos más valorados por la empresa los económicos, financieros, nuevas soluciones y digitalización.



IBERDROLA: La información sostenible, aunque tiene acceso directo desde la web, se denomina “medioambiente” en vez de sostenibilidad. Esto vaticina que la empresa está centrada en la dimensión ambiental dejando el bloque social más independiente. Aun así, en los informes todas las dimensiones están presente.

En los informes además de seguir los GRI, la empresa incluye los ODS. La información suministrada, concreta la de los cuatro países donde actúa: España, México, EEUU y Brasil.

En la matriz de materialidad hay dos hechos a destacar. En primer lugar, el aspecto más valorado es la dimensión ambiental concretamente la transición energética. Y en segundo lugar, existe una concordancia a nivel general, entre las prioridades de Iberdrola y sus grupos de interés. Esto es más plausible en los aspectos sociales. Sin embargo, en otros asuntos como la inversión socialmente responsable, hay diferencia entre la valoración de Iberdrola, alta, y los grupos de interés, que es baja. Pasa de forma parecida en otros ítems medio ambientales como seguridad y salud laboral, impacto sobre las comunidades, atracción, desarrollo y retención del capital humano.

Hay aspectos poco prioritarios tanto para la empresa como para sus stakeholders: economía circular y desempeño ambiental.

Estas valoraciones evolucionan a lo largo de la serie temporal analizada. La forma de suministrar la matriz se modifica para hacerla más accesible a primera vista. Aspectos como la seguridad y salud laboral o la transición energética se mantienen pero otros como el desarrollo económico y financiero o el interés por el cambio climático varia, disminuyendo la importancia del primer ítem para la empresa y aumentando para los stakeholders la segunda.

En general aspectos como la gestión de capital natural o la economía circular pierden prioridad por ambas partes a lo largo de los años.



NATURGY ENERGY GROUP, S.A.: En la página web establece un apartado de sostenibilidad del que se despliega un menú con varios apartados. Su información sostenible se documenta en un informe separado al resto de la información.

Al igual que las empresas del sector sigue los GRI. Sobre los ODS, sólo hace referencia a los que tiene en cuenta. Naturgy presenta la información no financiera clasificada en los apartados que en muchas ocasiones se identifican con los GRI.

En los informes de la compañía no aparecen datos cuantitativos para poder comparar los resultados obtenidos en los diferentes años en algunos de los ítems a estudiar. Trata de aspectos generales y presenta datos numéricos que lo sustentan, pero no se hace mención a proyectos ni consecuencias u objetivos que estos tienen. Además algunos ítems no los tienen en cuenta o lo hacen de manera poco relevante.

En la matriz de materialidad se le da mayor relevancia por parte de la empresa a los asuntos medio ambientales. En materia social, tanto los grupos de interés como la compañía considera los ítems sociales con una prioridad media, a excepción de la evaluación de proveedor que la organización la considera de alta relevancia.



RED ELECTRICA CORPORACIÓN, S.A: Esta empresa en su página web tiene un acceso directo a la información sostenible.

Esta compañía es otra de las que ha evolucionado a lo largo de los tres años en materia de sostenibilidad. Sin embargo, la información facilitada en los informes detalla poco el plan de acción, los objetivos o las finalidades que tiene la empresa respecto a RSC.

La matriz de materialidad en su presentación ha progresado del 2016 al 2017. En general, la materialidad de los asuntos es similar entre los grupos de interés y REE. Los más valorados son aspectos de buen gobierno como la ética y transparencia, compromiso con la sociedad y prácticas de gobierno. Es preciso destacar entre los aspectos medioambientales, los que reciben menos importancia: gestión eficiente de los recursos e integración de energías. Este último, conviene reseñarlo puesto que si tiene relevancia en las otras empresas del sector. Los derechos humanos también son una prioridad. Los stakeholders dotan de mayor importancia a los aspectos medio ambientales que REE.

Se mantiene similar valoración entre la interna y externa, con algunos matices. Asuntos como la innovación tecnológica y el entorno regulatorio adquieren mayor relevancia para REE, mientras que la transición energética comienza a tener mayor relevancia para la corporación. Entre los dos últimos años no hay grandes variaciones.

Tabla 3. Resumen comparativo de la presentación de la información no financiera en las empresas del sector energético.

	PRESENTACIÓN DE INFORMACIÓN		Global Reporting Initiative	NORMAS DE ASEGURAMIENTO		OTROS ASPECTOS A CONSIDERAR	
	INFORME SEPARADO	INFORME INTEGRADO		AA1000	ISAE 3000		
REPSOL		SI	SI	SI	SI	ODS	
ENAGAS		SI	SI	SI		ODS Y Pacto Mundial	
ENDESA	SI		SI	SI		ODS	
IBERDROLA	SI		SI	SI		ODS	
NATURGY	SI		SI			ODS	
RED ELECTRICA	SI		SI	SI		ODS IQNet 1000	SRI

B) Análisis del sector de las empresas energéticas:

Tabla 4. Ítems de la dimensión social

No.	GRI	DESCRIPCIÓN	REP	ENA	END	IBE	NAT	R.EL
1	LA401	Empleo						
2	LA402	Salud y Seguridad en el trabajo						
3	LA403	Formación y educación						
4	LA404	Diversidad e igualdad de oportunidad						
5	LA405	No discriminación						
6	LA406	Libertad de asociación y negociación colectiva						
7	LA407	Trabajo infantil						
8	LA408	Trabajo forzoso u obligatorio						
9	SO409	Derechos de los pueblos indígenas						
10	SO410	Evaluación de los derechos humanos						
11	SO411	Comunidades locales						
12	PR412	Evaluación social de los proveedores						
13	PR413	Políticas públicas						
14	CL414	Salud y seguridad de los clientes						
15	CL415	Marketing y etiquetado						
16	CL416	Privacidad del cliente						

Poca relevancia (valor < 3)		Relevancia media (valor entre		Relevancia alta (valor > 5)	
-----------------------------	--	-------------------------------	--	-----------------------------	--

Fuente: Elaboración propia

Tabla 5. Ítems de la dimensión medio ambiente

No.	GRI	DESCRIPCIÓN	REP	ENA	END	IBE	NAT	R.EL
1	EN301	Materiales 2016						
2	EN302	Energía 2016						
3	EN303	Agua						
4	EN304	Biodiversidad						
5	EN305	Emisiones						
6	EN306	Efluentes y residuos						
7	EN307	Cumplimiento ambiental						
8	EN308	Evaluación ambiental de proveedores						

Fuente: Elaboración propia

Poca relevancia (valor < 3)		Relevancia media (valor entre		Relevancia alta (valor > 5)	
-----------------------------	--	-------------------------------	--	-----------------------------	--

La información no financiera, que presentan las empresas analizadas, es suficiente para comprender la filosofía que tiene cada una, y el sector en general, sobre las dimensiones social y medio ambiental.

En líneas generales, la información analizada en la matriz de materialidad de las empresas del sector refleja valoraciones similares entre las de la empresa y la de sus stakeholders. Se otorga prioridad alta a los aspectos incluidos en la dimensión económica y medio ambiental. A la dimensión social, el sector le confiere media o incluso poca importancia, a excepción de Iberdrola y Red Eléctrica Española.

Del análisis de los ítems desarrollados a partir del GRI 2006, que quedan representados en la tabla 4 y 5, para la dimensión social y ambiental respectivamente, se extraen las siguientes ideas:

1. La preocupación de las empresas del sector respecto a la dimensión social y medio ambiental es similar, 51% para la social y 58% para el medio ambiente. Esto se deriva de la ponderación del sumatorio de los IS con importancia media o alta, frente al total de ítems valorados. Antes de entrar en cada una de las dimensiones es preciso destacar el ítem de *transición energética*, que tiene un papel relevante para el sector.

Sin embargo, del análisis de las memorias se desprenden valores medios o bajos. Solo Naturgy tiene una valoración positiva en la *evaluación social de los proveedores*.

2. En referencia a la dimensión social se consulta la tabla 4. Los ítems mejor valorados (relevancia media o alta) son la *Seguridad y salud en el trabajo*, la *Formación y educación* (anotar que la mayor parte de formación es específica del puesto o aspectos de riesgos laborales), la *Comunidad local* y el *Empleo*. Es preciso destacar estos dos últimos, pues en las matrices de materialidad de las empresas eran asuntos con menor relevancia. Entre los aspectos de menor prioridad en sus memorias se encuentra la *Privacidad del cliente*, los *Derechos de pueblos indígenas*, el *Trabajo forzoso* y el *Trabajo infantil*. Estos ítems no es que no aparezcan, pero se debe señalar que la información sobre las medidas sostenibles es escasa, esto se advertía previamente en la matriz de materialidad. Destacar el ítem de *Privacidad del cliente*, puesto que es uno de los puntos más conflictivos en este tipo de empresas, sin embargo, se revelaba en las matrices de materialidad con importancia baja o media, desde el punto de vista de los stakeholders.

A otros ítems, como el trabajo infantil o el trabajo forzoso, no se dedica mucho espacio en las memorias, lo que refuerza lo comentado en el apartado de metodología sobre estos ítems en el presente sector, ya que no ha tenido conflictos como es el caso de otros sectores en estas prácticas.

3. En cuanto a la dimensión ambiental, se analizan los resultados que muestra la tabla 5. Los ítems que mayor iniciativas divulgan las empresas son las *Emisiones*, *Energía y Efluentes y residuos*. Entre los aspectos que menos se ocupan las memorias están el *Cumplimiento ambiental* y la *Biodiversidad*, seguido del *Agua*. También las empresas del sector (especialmente Enagás, Naturgy, REE e Iberdrola) aplican recursos a la *Evaluación ambiental de proveedores*. Este aspecto contrasta con su equivalente social, la *Evaluación de los proveedores a nivel social*, en el que las empresas no dedican tantos recursos.

4. En cuanto a la actividad empresarial hay que destacar que la *Seguridad laboral* es uno de los aspectos mucho más valorados por los stakeholders que por las propias empresas, con excepción de Repsol y Enagás que también le dan una alta prioridad.

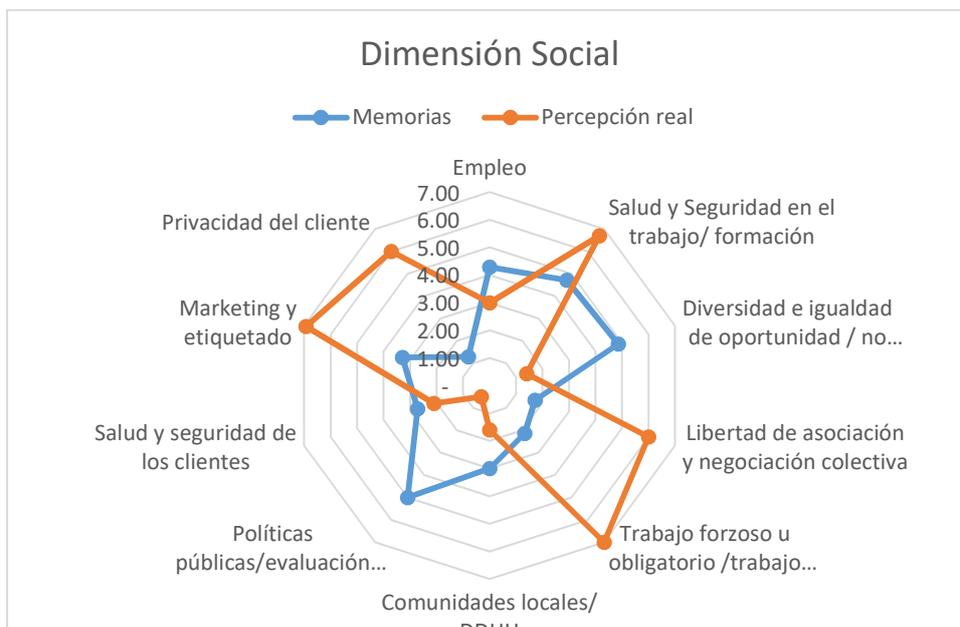
5. Por último, se hace patente en casi todas las empresas el apartado relativo a la *Búsqueda de nuevos talentos y el Emprendimiento* así como la *Innovación*, sin embargo este término no se encuadra dentro del GRI. Sin embargo, estos ítems sí que son

relevantes para este sector, y por ello conviene dedicar unas líneas. Estos aspectos, la innovación, gestión de la tecnología, el emprendimiento y el talento, están muy ligados a nuevas formas de eficiencia, bien sea en el proceso productivo o bien nuevas formas de energía (energías renovables), de ahí la relevancia que le da al sector para dirigirse hacia un futuro sostenible.

A modo de síntesis: la dimensión ambiental, parece que, preocupa más a las compañías del sector, y por tanto la divulgación que realizan las empresas es mayor que en la social. El aspecto ambiental es relevante por el tipo de industria, objeto de estudio, ya que la extracción de recursos causa uno de los mayores impactos ambientales, consecuencia es la proliferación de las renovables. El hincapié en el aspecto ambiental se hace evidente en el ítem *Evaluación de proveedor* en el ámbito social y ambiental, adquiriendo un mayor peso el ambiental en vez del social. Esto último, refuerza lo que aparece en las memorias sobre la relevancia de las empresas del sector en el cambio de energía, hacia unas energías renovables o con un proceso productivo que minimice los impactos negativos. Esto último se relaciona con los esfuerzos inversores que están haciendo las empresas en tecnología e innovación que permite el cambio.

4.2 Discusión de resultados. Análisis comparativo de la información suministrada por las empresas y la realidad.

Tabla 6. Comparativa de memorias de información y percepción de la realidad de la dimensión social



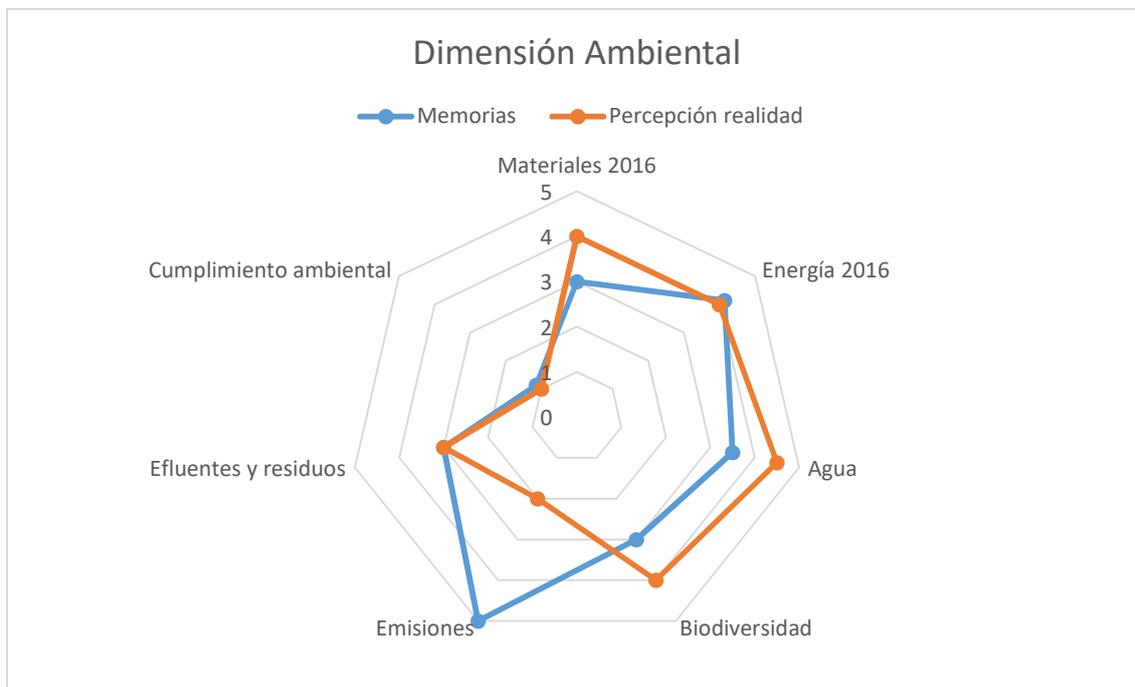
La realidad, recogida como en información externa a la empresa, muestra efectos y consecuencias de la actividad económica de las empresas energéticas distintas a la que estas organizaciones divulgan en los informes sostenibles.

En general, la percepción de la sociedad, sobre los efectos de la RSC de las empresas, difiere de lo comunicado por estas en las memorias. Únicamente, en la *Salud y seguridad en el trabajo*, la apreciación que tiene la sociedad es más positiva que las medidas reportadas por las empresas. Esto es debido al parámetro de accidentes laborales, que en comparación con el resto de sectores, es bajo. Aunque todas las empresas divulgan iniciativas para favorecer la *No discriminación e igualdad de oportunidad*, la percepción en la realidad difiere. Los trabajadores de género femenino o minorías apenas tienen representación en niveles intermedios o superiores. Aunque es preciso anotar, que se observa un aumento en los tres años estudiados. El resto de aspectos laborales son bien percibidos por la sociedad en comparación con las medidas comunicadas en las memorias de las compañías (*Libertad de asociación y negociación colectiva y Trabajo forzoso o infantil*).

El ítem *Comunidades locales* tiene una brecha entre lo percibido y lo divulgado por las organizaciones. Esto es acorde con las matrices de materialidad analizadas, dónde los stakeholders valoran más este asunto que las propias compañías. Acerca de las *Políticas públicas*, en este sector la legislación es amplia, aun así, en los últimos años, se ha reforzado respecto a la divulgación de su información y el suministro energético para los grupos de la sociedad más vulnerables. La necesidad de normativa, sobre aspectos tan básicos, deja ver que el sector no es capaz de establecer las medidas oportunas, que formarían parte de la RSC.

La mayor disfunción se encuentra en el ítem de los clientes. El sector energético recoge, junto con el sector de las comunicaciones, la mayor parte de denuncias por parte de los usuarios en FACUA o la OCU. También el Instituto Nacional de Consumo, en las sus memorias anuales, refleja un volumen elevado de sugerencias y reclamaciones por parte de los usuarios. Las empresas pueden alegar que esto es debido a los servicios de reclamación y post venta que ofrecen a los usuarios por la preocupación que tiene respecto a ellos, pero el nivel de satisfacción de los clientes, no parece indicar eso.

Tabla 7. Comparativa de memorias de información y percepción de la realidad de la dimensión medio ambiental.



Fuente: Elaboración propia.

En materia ambiental, los valores percibidos por la sociedad se asemejan al reporting realizado por las empresas. Hay que ser conscientes de que se trata de una actividad altamente contaminante. Sin embargo, las empresas están haciendo un esfuerzo por minimizar el impacto negativo que tiene su actividad. Para ello, se están introduciendo en el mundo renovable y aplicando nuevos procesos productivos más eficientes y menos invasivos en el medio ambiente. En esta dimensión, la evaluación que realiza la sociedad sobre las iniciativas que realizan las empresas es similar en aspectos como *Energía y Cumplimiento ambiental*. El por qué se puede deber al desconocimiento por parte de las sociedades acerca de ambos ítems, pero especialmente en *Cumplimiento ambiental*. Otros asuntos como *Materiales, agua y biodiversidad* son las empresas las que denotan mayor preocupación y medidas respecto a lo que desearía la sociedad. Esto sigue la idea planteada anteriormente, en cuanto a la alta relevancia que le dan las empresas energéticas al bloque ambiental. Sin embargo, parece no ser suficiente para la sociedad las medidas que llevan a cabo en temas de *Emisiones*.

5. CONCLUSIONES, RECOMENDACIONES, LIMITACIONES Y EXTENSIONES DEL ESTUDIO

El análisis de las seis empresas energéticas que cotizan en el Ibex 35 denota una diferencia plausible entre la comunicación de las medidas planteadas por la empresa y la percepción que tiene la sociedad sobre ellas. Por ello, se puede afirmar que la política de sostenibilidad, no la realizan por motivos filantrópicos o por estar dentro de una cultura empresarial preocupada por la sociedad y el entorno. Aparece, también, una cultura empresarial poco sensible a cuestiones sociales. Esta conclusión, se basa en que la mayor parte de la preocupación e iniciativas que llevan a cabo las empresas energéticas se centran en el medio ambiente, dejando el ámbito social desatendido. Si se valora la dimensión ambiental, la información facilitada por las empresas se corresponde con una percepción de la sociedad bastante aceptable. No sucede lo mismo con las actuaciones relacionadas con el bloque social.

Respecto a la cuestión medioambiental, el sector es consciente de que su producto es un bien básico y necesario, por ello parece que realiza cada vez más esfuerzos para proporcionarlo de forma eficiente y con menor impacto ambiental, ya sea utilizando nuevos procesos productivos o por la incorporación de energías renovables.

Sin embargo, si se analiza la dimensión social, los ítems estudiados muestran una divergencia entre lo que presentan las empresas y lo que la sociedad percibe. La RSC no comprende únicamente el ámbito ambiental, aunque sea fundamental por el tipo de sector, el ámbito social es también una parte de la sostenibilidad y afecta de manera muy importante a la ciudadanía. El sector tiene el importante reto de mejorar la aplicación de las medidas que establece en esta dimensión. Algunos aspectos como la determinación de los precios, la transparencia en su facturación o el acceso a la energía para los sectores sociales más vulnerables son y deben ser aspectos a tener en cuenta y a mejorar por las empresas. Esto generaría un mayor bienestar social, adicionalmente, produciría un aumento de la reputación del sector entre la sociedad, que en líneas generales, parece muy deteriorado, si nos atenemos a las quejas ciudadanas que se producen. Hay que señalar, que aunque sigue existiendo una separación entre las medidas y la percepción real, las compañías energéticas siguen aplicando nuevas iniciativas para aumentar las medidas sociales como son los canales de recepción de reclamaciones, la reducción del coste energético o la transmisión de información al consumidor pero, sin embargo, siguen siendo actuaciones insuficientes.

En general, el sector debería tener mayor visión a largo plazo, y aprender a realizar una escucha activa con la comunidad local y clientes, puesto que si no lo hace, puede llegar a la pérdida de reputación, que tanto está buscando las compañías.

En cuanto a la comunicación de la información no financiera, la RSC no es una materia obligada para las empresas, y no existe una obligación legal de presentarla públicamente, como es la presentación de las cuentas financieras. Sin embargo, del estudio revela una notable diversidad entre las empresas estudiadas a la hora de presentar la información relativa a la RSC cuando en realidad son pocas empresas y de un sector con una elevada uniformidad en su portafolio de negocio. La no obligación legal de presentar esta información conducía a una diversidad de propuestas, medidas, objetivos, que hacían difícil la comparación y, en última instancia, el análisis de su aplicación y alcance real. Por ello, la elaboración de protocolos, la creación de alguna institución independiente, como Transparencia Internacional, o la normalización de la información, podría servir para promover actuaciones de RSC de manera más generalizada, uniforme y fiable así como prácticas más comprometidas con la sociedad.

La investigación tiene ciertas limitaciones como es el pequeño número de empresas que impide cualquier análisis estadístico de tipo cuantitativo. Para superar esta limitación, quizá se podría ampliar a empresas internacionales del mismo sector. Otro aspecto a considerar, es la falta de información que se ha encontrado a la hora de recabar datos. Los datos que muestra la percepción en la sociedad de la RSC son información externa que puede no englobar la totalidad de la información, pues las empresas tienen cierto poder de influir en los medios de comunicación. De esta forma, las noticias positivas, se encuentran en varias fuentes no así las negativas, esto denota cierta falta de transparencia. Es decir, la parte de este trabajo relativa a cómo se percibe la RSC por la sociedad se debe interpretar con cautela. Es posible, que exista sesgo en la información analizada, pues las empresas del sector tienen mecanismos económicos para neutralizar opiniones negativas. Esto se hace más evidente en los temas relacionados con la dimensión social de la RSC. Existen evidencias de la cantidad y temas que se denuncian en diversos organismos pero los datos que permiten especificar los asuntos tratados no son accesibles. Esto es especialmente evidente en el ámbito laboral, por lo que se ha acudido a información provista por los sindicatos. Por ello, se considera relevante para futuras investigaciones que puedan continuar la problemática tratada en este estudio, la incorporación de encuestas específicas para cada grupo de stakeholders y de sectores ciudadanos en general con la intención de manejar información de primera mano.

Una recomendación para las empresas, beneficiosa tanto para la empresa como para la sociedad en general, sería un análisis coste-beneficio de las medidas de RSC aplicadas. Este instrumento analítico quizás ayudaría a las empresas a la evaluación y visualización del impacto social, contribuyendo a esclarecer la duda esencial que se ha mantenido en este trabajo: cómo es percibida por la sociedad la RSC que se proclama desde las empresas, y por tanto, determinar si la RSC es una medida de marketing o constituye un compromiso estratégico de la empresa con la sociedad.

6. REFERENCIAS

Alonso, N. (16 de agosto del 2018). Avalancha de reclamaciones contra las eléctricas y gasistas. Recuperado de:

https://elpais.com/economia/2018/08/16/actualidad/1534408564_307238.html

Alvarado, A. y Schlesinger, M. W. (2008). Dimensionalidad de la Responsabilidad Social Empresarial percibida y sus efectos sobre la imagen y la reputación: una aproximación desde el modelo de Carroll. Recogido en el artículo Gómez Nieto, B. & Martínez

Baumol, W. y Blackman, B. (1993). Mercados perfectos y virtud natural. La ética en los negocios y la mano invisible. Celeste- Colegio de Economistas. Madrid.

Brown, T. J., & Dacin, P. A. (1997). The Company and the Product: Corporate Associations and Consumer Product Responses. *Journal of Marketing*.

Carroll, A. (1991). The pyramid of corporate social responsibility: Toward the moral management of organizational stakeholders. *Business horizons*.

Carroll, A. (1999). Corporate social responsibility evolution of a definitional construct. *Business & society*.

Domínguez, R. (2016). Responsabilidad Social Corporativa: de concepto abstracto a elemento clave en la estrategia empresarial, *Poliantea*.

Escobar, B y González J.M. (2005). Responsabilidad Social Corporativa: ¿Compromiso u Oportunismo? *Cities in Competition. XV Spanish-Portuguese Meeting of Scientific Management (2005)*.

Escudero, L. (2006). Mitos y Realidades de la Responsabilidad Social Corporativa en España. Un enfoque multidisciplinar. *Thompson Cívitas*.

Gil, G. (2018). Responsabilidad social corporativa: Revisión crítica de una noción empresarial. *Centro de Investigaciones Sociológicas*.

Gladwin, T., Kennelly, J. y Krause, T. (1995). Shifting Paradigms for Sustainable Development: Implications for Management Theory and Research. *The Academy of Management Review*. Vol. 20, No. 4 pp. 874-907

Haro de Rosario, A., Benítez, M.N., Caba, M.C. (2011). Responsabilidad social corporativa en el sector eléctrico. Universidad de Almería.

Ibáñez, J.W. (2004). Responsabilidad Social de la empresa y finanzas sociales. Universidad Internacional de Andalucía. AKAL.

Información estadística del Ministerio de Empleo, Inmigración y Trabajo. (2019) Recuperado 2019, de <http://www.mitramiss.gob.es/estadisticas/eat/welcome.htm>

Información sobre Enagás. (2019) Recuperado 2019, de <https://www.enagas.es/portal/site/enagas>

Información sobre Endesa. (2019) Recuperado 2019, de <https://www.endesa.com/es.html>

Información sobre Iberdrola. (2019) Recuperado 2019, de <https://www.iberdrola.com/>

Información sobre Natutgy. (2019) Recuperado 2019, de <https://www.naturgy.com/inicio>

Información sobre Red Eléctrica. (2019) Recuperado 2019, de <https://www.ree.es/es>

Información sobre Repsol. (2019) Recuperado 2019, de <https://www.repsol.es/es/index.cshtml>

Informe sobre las reclamaciones planteadas por los consumidores a las comercializadoras y distribuidoras de energía eléctrica y gas natural durante el año 2017. (2017) Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia.

Jáuregui, R. (2006). Responsabilidad social de las empresas. Una mirada desde España hacia América Latina. Fundación Carolina CeALCI.

Lozano, J. M., Albareda, L. y Arenas, D. (2007). Tras la RSE. La responsabilidad social de la empresa en España vista por sus actores. Instituto de Innovación Social. ESADE. GRANICA.

Memorias anuales de 2016, 2017 y 2018 de FACUA-Consumidores en Acción.

Memorias anuales de 2016, 2017 y 2018 de Organización de Consumidores y Usuarios.

Memorias anuales de 2016, 2017 y 2018 de Save the childrens.

Memorias sostenibles de 2016, 2017 y 2018 de Enagás.

Memorias sostenibles de 2016, 2017 y 2018 de Endesa.

Memorias sostenibles de 2016, 2017 y 2018 de Iberdrola.

Memorias sostenibles de 2016, 2017 y 2018 de Naturgy.

Memorias sostenibles de 2016, 2017 y 2018 de Red eléctrica.

Memorias sostenibles de 2016, 2017 y 2018 de Repsol.

Porter, M. y Kramer, M.R. (2002). The competitive Advantage of Corporate Philantropy. Harvard Business Review.

Recopilatorios anuales de Actualidad Jurídica Ambiental de los años 2016, 2017 y 2018. Actualidad Jurídica Ambiental.

Sáez, C., del Horno, MB. Lago, J. (2008). Análisis de las políticas de responsabilidad social corporativa de las multinacionales vascas: los casos de BBVA e Iberdrola.

Salas, V. (2009). Responsabilidad social corporativa. Entre la ética y el buen gobierno de la empresa. En Responsabilidad social. Una reflexión global sobre la RSE.

Sereno, E. (1 de julio del 2019). Las empresas deben apostar por la sostenibilidad: no habrá negocio sin ser sostenibles. EIEconomista.es Recuperado de:

<https://www.eleconomista.es/aragon/noticias/9971344/07/19/Las-empresas-deben-apostar-por-la-sostenibilidad-no-habra-negocio-sin-ser-sostenibles.html>

Stjepcevic, J., Siksnyte, I. (2017). Corporate Social Responsibility in Energy Sector. Transformations in Business & Economics, Vol. 16, No 1.

Vélez, A.M. (5 de mayo de 2019). Las firmas del Ibex recibieron en 2018 más de 8.000 denuncias en sus buzones éticos sobre posibles irregularidades. Eldiario.es. Recuperado de: https://www.eldiario.es/economia/lbex-denuncias-empleados-proveedores-irregularidades_0_895211292.html

Villa, M. (2017). El sector energético español frente al reto de la responsabilidad social corporativa y la sostenibilidad. Documento Funseam.

Zhao Wen. (2015). Corporate Social Responsibility in the Energy Industry: A Content Analysis of Leading Energy Companies' Websites. Universidad de Florida.