

Máster Universitario en Gestión de Personal y Práctica
Laboral

Facultad de Ciencias del Trabajo

Universidad de León

Curso 2014 /2015



Empresa socialmente responsable ¿Por su nivel de ingresos o por sus acciones?

Socially responsible company, why their income or their actions?

Realizado por: Mirna Elphie Ditamba

Tutorizado por: Don Jesús García González

Contenido

RESUMEN	4
OBJETIVOS	5
METODOLOGÍA	6
INTRODUCCIÓN	6
1. LA RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL	8
1.1. CONCEPTO DE RSE	8
1.2. LA EMPRESA SOCIALMENTE RESPONSABLE	10
1.3. BUEN GOBIENO	15
1.4. RECURSOS HUMANOS	16
1.5. NUEVAS TENDENCIAS	19
1.5.1. Educación	19
1.5.2. Discapacidad	22
1.5.3. Empleo juvenil	25
2. PRINCIPIOS Y DIRECTRICES	29
2.1. GLOBAL REPORTING INITIATIVE (GRI)	30
2.2. LAS CONVENCIONES DE LA ORGANIZACIÓN INTERNACIONAL DEL TRABAJO (OIT)	31
2.3. EL PACTO MUNDIAL DE LAS NACIONES UNIDAS	32
3. LISTAS DE EMPRESAS MÁS RESPONSABLES SOCIALMENTE	34
3.1. FORTUNE	35
3.2. MERCO	36
3.3. Global 100	38
4. ACCIONA, S.A.: EMPRESA SOCIALMENTE SOSTENIBLE	41
4.1. LA COMPAÑÍA	41
4.1.1. MISIÓN Y VALORES	42
4.1.2. ACCIONA EN CIFRAS	43
4.2. La RSE en ACCIONA, S.A.	46
4.2.1. Su desempeño en las regiones de actividad	47
4.2.2. Compromiso con el personal	48
CONCLUSIONES	52

BIBLIOGRAFIA	54
ANEXOS	56

Índice de Tablas:

<i>Tabla 1-1: Modelo de Carroll de las cuatro dimensiones de RSE</i>	9
<i>Tabla 1-2: Ranking de las 10 empresas de la Fortune Global 500 que más gastaron en Proyectos de Educación</i>	20
<i>Tabla 1-3: Tasa de paro juvenil en ESPAÑA (2007-2014)</i>	26
<i>Tabla 1-4: Tasa de paro y de empleo de Jóvenes con Discapacidad</i>	28
<i>Tabla 2-1: Ámbitos y Principios del Global Compact</i>	34
<i>Tabla 4-1: Cifras principales de ACCIONA, S.A.</i>	43
<i>Tabla 4-2: Importe neto de la cifra de ventas</i>	44
<i>Tabla 4-3: Distribución geográfica de la plantilla de ACCIONA</i>	45
<i>Tabla 4-4: distribución de la plantilla según el género y el tipo de contrato</i>	49

Índice de Imágenes:

<i>Imagen 3-1: Metodología de Merco</i>	38
<i>Imagen 3-2: Global 100</i>	39
<i>Imagen 4-1: Participación de ACCIONA en el mundo</i>	42

Índice de Gráficos:

<i>Gráfico 1-1: % de gasto destinado a la Educación</i>	21
<i>Gráfico 4-2: Desglose de la plantilla del 2014 por línea de negocios</i>	46

RESUMEN

Este trabajo trata de definir en qué consiste la Responsabilidad Social Empresarial, cuáles son sus ámbitos de aplicación, cómo se mide haciendo hincapié en su relación con los recursos humanos. Para ello, primero, se analizará lo que se entiende por RSE, cómo se evalúa o se mide en una organización y por último, se hablará del caso de la empresa española ACCIONA, describiendo y comentando las acciones que desarrolla en cuanto a los diversos aspectos de su gestión de responsabilidad social.

Se ha elegido el grupo ACCIONA como caso práctico porque salió en el listado de la revista canadiense CORPORATE KNIGHT, como una de las 100 empresas más sostenibles del mundo.

Para llevar a cabo el estudio, se utilizarán información de fuentes bibliográficas, webgráficas y, en caso de ser posible información obtenidas de los empleados de la empresa ACCIONA.

ABSTRACT:

This paper tries to define what Corporate Social Responsibility, what are their application areas, how it is measured with emphasis on its relation to human resources. To do this, initially, we will analyze what is meant by CSR, how they evaluated or measured in an organization and it will discuss the case of the Spanish company ACCIONA, describing and commenting on the actions developed regarding CSR.

It has been chosen as a case study ACCIONA Group that came out in the list of the Canadian magazine Corporate Knight as one of the 100 most sustainable companies in the world.

To conduct the study, bibliographic information sources, webgráficas and, if possible information obtained from company employees ACCIONA will be used.

PALABRAS CLAVES: RESPONSABILIDAD, EMPRESA, ACCIONA.

KEYWORDS: RESPONSIBILITY, ENTERPRISE, ACCIONA.

OBJETIVOS

El actual sistema económico capitalista globalizado y de economía de mercado se basa en el crecimiento continuado de la economía. Y, según él mismo, la persecución del beneficio individual por cada agente económico da como resultado un mejor beneficio colectivo. Sin embargo, en la sociedad se observa como dicho modelo de crecimiento no proporciona bienestar generalizado allí donde se produce, al contrario, genera desigualdades, tanto en el interior de los países, entre ciudadanos como entre países (Economistas Sin Fronteras, 2009).

Ante esta situación surgen críticas, haciendo necesario defender un enfoque que tenga en cuenta todos los aspectos de la vida social, que vaya más allá de lo exclusivamente económico, que tenga una finalidad transformadora con el objetivo de alcanzar una sociedad más justa y satisfactoria para todos. Por lo que es esencial la incorporación al análisis económico, los aspectos ecológicos, los costes del crecimiento, los costes sociales y los costes de la crisis medioambiental. De allí que, es imprescindible que las empresas o cualquier otra organización actúen con criterios de Responsabilidad Social Empresarial.

El motivo fundamental de la elección de este tema radica en su actualidad, en el impacto que tiene la RSE en la economía global, pero sobre todo en la gestión de los recursos humanos y en la necesidad de averiguar si es posible que una organización tenga beneficios económicos siendo al mismo tiempo socialmente responsable. Además, se eligió la empresa ACCIONA, S.A. como ejemplo del caso práctico, primero porque aparece en el listado de las 100 empresas más sostenibles del mundo, siendo la única empresa española y segundo porque tiene una filial en Gabón, país de origen del autor del trabajo.

Los objetivos perseguidos son los siguientes:

- ¿Qué es la RSC? ¿En qué se puede aplicar?
- ¿Es posible tener beneficios económicos y al mismo tiempo ser socialmente responsable?
- ¿Cómo deben ser gestionados los recursos humanos de cara a la responsabilidad social corporativa?

METODOLOGÍA

Para llevar a cabo este estudio, se utilizarán primordialmente fuentes de información secundaria que podrían ser tanto cualitativas como cuantitativas. Además, en el tema del caso práctico, se acudirá a fuentes de información primarias, que consistirá en respuestas a un cuestionario.

El cuestionario será contestado por los empleados que se encuentran trabajando en la filial de Gabón. Se trata de saber si los trabajadores están tan comprometidos con la cultura organizacional de la compañía. Pues, aunque una multinacional tenga filiales en países o zonas que no tengan la misma cultura o el mismo idioma que en el país de origen, tendría que aplicar la misma cultura organizativa.

INTRODUCCIÓN

Con la globalización, se suponía que todos los actores económicos saldrían ganando, tanto en los países desarrollados como los en vía de desarrollo. Pues, parecía que la globalización produciría un desarrollo sin precedentes a escala mundial. Sin embargo, todas esas expectativas se han ido diluyendo dado que se está observando como este proceso está produciendo grandes desequilibrios, tanto a nivel de país como dentro de los mismos.

Es cierto que se está creando riqueza pero hay muchos países y personas que no sólo no se están beneficiando de dicho proceso, sino que sus condiciones de vida están empeorando. Por consiguiente resulta difícil hablar de una economía sostenible puesto que, desde la segunda mitad del siglo XX, el modelo económico que ha predominado es el de “economía de consumo” caracterizado por un alto nivel de producción y consumo de una parte de la economía global frente al bajo nivel de la otra parte (Durán, 2007). Viéndolo de ese modo, se puede decir que la globalización no ha conseguido responder a las expectativas de los más desfavorecidos, muchos de los cuales viven en el limbo de la economía informal, sin derechos legales, subsistiendo de manera precaria en los márgenes de la economía global y con pocas posibilidades de subvertir esta situación (Sajardo Moreno, Ribas Bonet y Benavent Sancho, 2009).

En este contexto, los grandes capitales y las empresas multinacionales juegan un importante papel puesto que pueden promover, aunque también impedir o incluso perjudicar, el desarrollo de políticas públicas o normativas:

- que favorezcan el desarrollo de una economía sostenible,
- que permitan erradicar la pobreza para que cada individuo tenga posibilidades de llevar una vida digna.

Por lo mismo, se puede ver como el sector privado ha ido adquiriendo cada vez un mayor protagonismo en la conducción del desarrollo económico. El sector empresarial ha tenido que actuar, en numerosas ocasiones, como Estados que se caracterizan por la debilidad o laxitud de sus legislaciones nacionales al buscar atraer la inversión directa extranjera, aun cuando esa actitud dañe el propio desarrollo sostenible del país.

Por una parte, las empresas buscan reducir sus costes, extendiendo la cadena de producción a países que habitualmente exigen o aplican menores garantías laborales o medioambientales. Por otra parte, el distanciamiento geográfico entre el lugar en el que la empresa toma las decisiones y los lugares donde éstas repercuten, unido a la proliferación de intermediarios y proveedores a lo largo de la cadena de producción y comercialización, lleva a diluir las responsabilidades sobre el impacto generado por la actividad de la empresa. La situación descrita ha favorecido el auge del debate sobre la RSE, como herramienta para aminorar el impacto negativo de las empresas en general y de las multinacionales en particular, sobre los derechos sociales, laborales, el medioambiente y, en definitiva, sobre los derechos humanos. Pues, a mayor poder de las empresas, mayor es su responsabilidad sobre el estado del sistema físico-social en el que operan (Sajardo Moreno, et al, 2009), de manera que la sociedad en su conjunto está exigiendo que se comporten de acuerdo a dicha responsabilidad.

A continuación, se va a proceder a primero definir lo que es la Responsabilidad Social Empresarial (RSE) y después se describirá algunos de sus ámbitos de aplicación.

1. LA RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL.

1.1. CONCEPTO DE RSE.

Durante los últimos años, no hay periódicos, revista o publicación que no incluya cada día un artículo o una información sobre la responsabilidad social empresarial, confirmando de esa forma que no es una moda pasajera. Los consumidores y las empresas están cada vez más concienciados sobre sus respectivas responsabilidades sociales en calidad de stakeholders del proceso de fabricación, distribución, venta y consumo; de tal forma que las empresas, aunque su objetivo primero es obtener beneficios, no lo deben hacer a costa de cualquier cosa, por lo que tienen que considerar el impacto inmediato y futuro de sus actuaciones y a otros nuevos actores diferentes del tradicional “Socios-Directivos-Clientes”. La forma en cómo lo hacen y en qué campos actuarían, es lo que se conoce como RSE.

La responsabilidad social empresarial, según el libro verde de la Comisión Europea, consiste en la integración voluntaria por parte de las empresas, de las preocupaciones sociales y medioambientales en sus operaciones comerciales y sus relaciones con sus interlocutores. En definitiva, es el conjunto de acciones desarrolladas por las empresas para conseguir una mejora del bienestar social. Y, puede tener un alcance estratégico en las mismas, condicionando los negocios y los mercados en los que van a competir y la forma en que van a ejercer dicha competencia (Fernández Gago, 2005).

Según Carroll (1991) se distingue cuatro componentes de la Responsabilidad Social Empresarial que son:

Tabla 1-1: Modelo de Carroll de las cuatro dimensiones de RSE.

Tipo de responsabilidad	Expectativas sociales	Ejemplos
Filantrópica	DESEADO por algunos stakeholders de la empresa	Implicaciones sociales de la empresa en el desarrollo de la Comunidad.
Ética	ESPERADO por algunos stakeholders de la empresa	Evitar prácticas cuestionables operando sobre un mínimo requerido por la ley y asumiendo que es una base para la conducta.
Legal	REQUERIDO por algunos stakeholders de la empresa	Cumplir las leyes vigentes y todas las obligaciones contractuales.
Económica	DESEADO por la sociedad de la empresa	Ser rentable y maximizar el retorno de las ventas reduciendo los costes tomando decisiones estratégicas adecuadas.

Fuente: (Navarro García, 2012)

En definitiva, la noción de RSE predominante en la actualidad se refiere a la aceptación de la empresa de llevar el comportamiento empresarial a un nivel superior que sea adecuado para las normas, los valores y las expectativas sociales existentes y no sólo para los criterios económicos y legales (Sethi, 1979).

Con el paso del tiempo, se ha ido generalizado la creencia de que realizar una actividad empresarial tiene un impacto no sólo económico sino también de tipo social y medioambiental en su entorno, ante el que se deben asumir responsabilidades (Fernández Gago, 2005). Una vez reconocida la existencia de una responsabilidad social, resulta necesario saber en qué medida una empresa puede afrontarla y de qué manera hacerlo.

El intento de abordar la relación entre la empresa y su entorno en cuanto al aspecto social, desde un punto de vista más práctico, surgió en torno a 1970. Se puso un especial hincapié en el desarrollo de las herramientas, los procesos de gestión y las estructuras organizativas que ayudarían a las organizaciones empresariales a obrar de forma socialmente responsable. Por tanto, el término responsabilidad social empresarial se ha visto acompañado y, muchas veces, remplazado por el de “respuesta social empresarial” que viene a indicar la capacidad de la empresa para responder a las presiones sociales y se refleja en unos resultados o impactos sociales.

Tal impacto puede presentar una doble naturaleza. Pues, por un lado, existen actuaciones empresariales que suponen un impacto negativo para su entorno social como pueden ser los derivados de los vertidos contaminantes, los productos nocivos para los consumidores, las contribuciones en beneficio de políticos corruptos, etc. Precisamente, este tipo de acciones fueron las que constituyeron el origen de la responsabilidad social empresarial, al considerarse que las empresas debían tener la obligación de responder ante las consecuencias negativas de sus actos (Fernández Gago, 2005). Aunque, también es preciso señalar que la actividad empresarial tiene efectos positivos, en tal caso, su contribución se manifiesta en diversos aspectos como son:

- La satisfacción de unas necesidades gracias a los productos o servicios ofertados,
- La creación de empleo y riqueza,
- Las innovaciones tecnológicas en beneficio de todos,
- El pago de impuestos.

1.2. LA EMPRESA SOCIALMENTE RESPONSABLE.

La empresa es la institución social que tiene una mayor capacidad de innovación y, por lo tanto, de contribuir a un cambio positivo en la actual situación económica, social y medioambiental del planeta (Durán, 2007). Además, como se ha indicado en los apartados anteriores, a mayor poder de las empresas, mayor responsabilidad. A parte, hay que tener claro que la empresa es creada para permanecer en el tiempo de forma ilimitada de modo que su contribución a la sostenibilidad del entorno en el que opera no sólo menoscaba sino que, aunque no garantiza, sí que contribuye a la propia

sostenibilidad de la empresa. Lo que lleva a preguntarse cuáles son las características de una empresa sostenible y responsable.

La Comisión Europea, en su libro verde (2001), define la empresa socialmente responsable como aquella que decide por voluntad propia contribuir al logro de una sociedad y un medio ambiente más limpio.

Según Olcese, Rodríguez-Badal, Alfaro y De Rato (2008), la empresa responsable y sostenible se fundamenta sobre los siguientes puntos:

a) Apertura y sensibilidad hacia el entorno:

El planeta se está enfrentado a retos económicos, sociales y medioambientales debido a la actuación de las empresas en general. En los años 90, la lógica hubiera sido exculpar a las empresas por su contribución a esta situación y pensar que su actuación irresponsable se debía a la ignorancia. Sin embargo, hoy en día, no se puede alegar la ignorancia como razón. Se observa como la sociedad en su conjunto está pidiendo que las empresas colaboren en el proceso de cambio positivo. Para poder hacerlo, tienen que abrirse hacia su entorno y mantener un dialogo con los diferentes grupos de interés.

Tal capacidad de abrirse y dialogar proporciona a las empresas una visión sistemática, que la permite contemplar y entender la realidad, además de un conocimiento profundo de las necesidades y requerimientos del entorno y de las personas y organización que lo representan.

En definitiva, poder interactuar con su entorno permite a las empresas tener una mayor capacidad de contribución a la sostenibilidad del mismo como de acrecentar sus posibilidades de perdurar en el tiempo.

b) Sentido de comunidad:

La empresa es una organización integrada por seres humanos, de modo que, para poder prosperar, y con ella, sus integrantes y su entorno, el sentido de comunidad es absolutamente imprescindible. Dicho sentido se refiere a que todas las personas que trabajan en una empresa forman parte de un todo, con el que se identifican y, el mismo se asienta en dos pilares que son:

- La visión compartida: es lo que une a los integrantes de la empresa entorno un proyecto común y promueve que éstos estén en condiciones y deseos de aportar todo su saber, potencial y experiencia.
- Los valores compartidos: son principios intrínsecamente valiosos y deseables. Cuando uno está en un entorno que facilita y permite que se comporte conforme a sus valores, se siente bien, satisfecho y en armonía. Por tanto, para que haya armonía en la empresa, sus valores compartidos deben ser coherentes o compatibles con los de las personas que conforman la misma. Compartir estos valores permite la descentralización de la toma de decisiones, que resulta ser importante tanto en entornos turbulentos como en los que, con frecuencia, se mueven las empresas. Todos los integrantes serán conscientes de que sus decisiones habrán de ser coherentes con los valores compartidos de la empresa.

Los valores compartidos de una empresa responsable y sostenible deben adaptarse a las características que la fundamentan.

c) Capacidad innovadora:

Hoy en día, es difícil que una empresa siga compitiendo con éxito con los mismos productos, servicios o las mismas capacidades organizativas con los que lo hacía años antes. De modo que, se puede afirmar que la innovación es una de las razones fundamentales por las que una empresa perdura en el tiempo. Además, al ser la institución social con mayor capacidad para hacerlo, innovar llega a ser la mayor responsabilidad de la empresa. Esa capacidad innovadora es la clave para que la empresa pueda crear valor tanto para ella como para sus diferentes grupos de interés y, con ello, ser sostenible y perdurar en el tiempo.

En conclusión, la responsabilidad y la sostenibilidad son fuentes de inspiración que ayudan a identificar oportunidades y orientar en la dirección apropiada los esfuerzos de innovación de la empresa.

d) Consideración del largo plazo:

Cuando se habla de la responsabilidad y la sostenibilidad de la empresa hacia su entorno, se ve que son procesos basados en que no es posible que uno gane a costa del otro. Tiene que haber una relación de colaboración para la cual el tiempo resulta fundamental.

Para el nuevo paradigma de la empresa sostenible, la noción de largo plazo es crucial dado que:

- Para que una empresa consiga desarrollar la apertura y sensibilidad hacia el entorno no es algo que se logre de la noche a la mañana.
- El desarrollo de relaciones con los grupos de interés está basado en la confianza y, como se sabe muy bien, ésta no se consigue por un simple acto de voluntad, sino que requiere tiempo.
- Para que todos los miembros integrantes de la empresa hagan suyos y compartan los valores o la visión de la empresa, se requiere tiempo.
- La creación de un entorno que permita y favorezca la creatividad y la innovación requiere también tiempo.

La responsabilidad y la sostenibilidad son procesos que requieren desaprender y aprender, por tanto, para embarcarse en una tarea como aquella, es imprescindible disponer de tiempo y visión a largo plazo.

e) Creación de valor:

Al ser el propósito primero de la empresa perdurar en el tiempo, ésta ha de crear valor tanto para ella como para su entorno; lo que implica la existencia de 4 grandes tipos de motores a tener en cuenta a la hora de hacerlo.

- El primer motor, engloba los efectos colaterales de carácter medioambientales del modelo industrial actual, con su consumo de materias primas no renovables, la producción de desechos y la contaminación el aire, aguas y los suelos.
- El segundo atañe a la proliferación de organización sociales y otras partes interesadas crecientemente interconectadas gracias al desarrollo de las

tecnologías de la información y de la comunicación, y a sus requerimientos de transparencia y comportamiento medioambiental y socialmente sostenible.

- El tercero lo constituyen las tecnologías emergentes sostenibles que, debido a su potencial disruptivo, pueden convertir en obsoletas algunas de las industrias y tecnologías actuales en un futuro más o menos próximo.
- El cuarto motor está constituido por la pobreza y las desigualdades actuales. Para conseguir un desarrollo realmente sostenible, es importante revertir la situación actual de injusticia y desesperación.

Además, la creación de valor sostenible exige que una empresa responda a los requerimientos de la sociedad que se derivan de los cuatro motores mencionados antes. Es decir que las empresas puedan crear valor:

- reduciendo el nivel de consumo de materias primas y de emisiones de desechos.
- siendo más transparentes y manteniendo unas enriquecedoras relaciones con las partes interesadas.
- mediante el desarrollo de tecnologías sostenibles disruptivas, es decir que tengan el potencial de reducir en órdenes de magnitud el impacto medioambiental de las actividades empresariales y humanas en general, además de poder sustituir con ventaja desde todos los puntos de vista, las tecnologías actuales.
- mediante el desarrollo de negocios dirigidos a satisfacer las ingentes necesidades insatisfechas de los 4 mil millones de personas que forman la base de la pirámide social mundial.

Para gestionar este nuevo tipo de empresa y después de tomar consciencia de los efectos sociales de las entidades empresariales, conjuntamente, los gobiernos, los organismos no gubernamentales y las organizaciones internacionales, empezaron a exigir a las empresas mayor transparencia respecto a las decisiones tomadas en las mismas, y fundamentalmente en las multinacionales dado el impacto regional, nacional y mundial que generan. De allí la aparición de los primeros Códigos de Buen Gobierno.

1.3. BUEN GOBIENO.

El concepto de Gobierno Corporativo nace a partir de la Teoría de Agencia, según la cual las relaciones existentes entre los grupos de individuos que conforman la empresa determinan el comportamiento de ésta y , en consecuencia, la toma de decisiones financieras (Reig Pérez, 2006). Se entiende por gobierno corporativo, la forma en que las empresas están organizadas, son dirigidas y controladas para alcanzar unos fines determinados, de modo que se puede definir como un instrumento que sirve para lograr los objetivos de la empresa, encontrándose en éstos la inspiración última o razón de ser de aquel (Lizcano, 2006). Si estos fines son de carácter financiero, el gobierno corporativo orientará su gestión hacia la consecución del máximo beneficio y valor de las acciones en los mercados financieros; centrará su atención en cubrir las necesidades de los accionistas o propietarios de la compañía. En cambio, si el objetivo último no es la consecución exclusiva de ventajas para los accionistas, de manera que se amplía el grupo de beneficiarios de la acción de la organización, el gobierno corporativo buscará alcanzar ventajas para todos ellos.

Por tanto, el Buen Gobierno será aquel que consiga canalizar adecuadamente las relaciones de la empresa con sus distintos stakeholders o grupos de interés con el fin de lograr los objetivos fijados (Lizcano, 2006). En este caso se hablaría de gobierno corporativo socialmente responsable que, según la Comisión de Responsabilidad Social Corporativa de la Asociación Española de Contabilidad y Administración de empresas (AECA), es el que busca la satisfacción no solo de los accionistas sino también de los demás grupos de interés, asegurando el diálogo y el establecimiento de las relaciones con todas las partes. Su principal objetivo es asociar la creación de valor económico con el compromiso social de la actividad empresarial.

Tras los escándalos financieros protagonizados por numerosas compañías tales que NIKE, ENRON o WORLDCOM entre otras, resultó imprescindible adoptar iniciativas que ayudarían a restituir la confianza perdida en los mercados de capitales. De allí que empezaron a aparecer los primeros Códigos de Buen Gobierno (CBG) cuya atención se centró casi exclusivamente en establecer un marco de relaciones capaz de optimizar los beneficios para los propietarios, por medio de determinados mecanismos de dirección y

control, así como de reparto de poder. En España, el primer código se redactó en 1998 y se denomina “Código de Buen Gobierno de Olivencia¹”.

Esos códigos representan pronunciamientos entorno al gobierno corporativo pero no constituyen leyes en sentido tradicional, sino que son recomendaciones sobre mejores prácticas para dar explicaciones públicas a cualquier mercado y será éste el encargado de sancionar a las empresas que se aparten de esas buenas prácticas recomendadas. Como ejemplo de código de buen gobierno, se puede citar el Código Unificado de Buen Gobierno de las Sociedades Cotizadas que fue aprobado por acuerdo del consejo de la Comisión Nacional del Mercado de Valores (CNMV) el 18 de Febrero 2015.

1.4. RECURSOS HUMANOS.

La RSE es un concepto que no es siempre claro dentro de las empresas, excepto por el hecho de que todos la quieren tener. Cumpliendo a menudo un rol parecido al de un certificado de buena conducta, la RSE ayuda a las compañías a mejorar su imagen ante un público cada vez más exigente e informado. No obstante, no es suficiente con tener la pegatina dado que la responsabilidad social solo puede generar un impacto positivo si es promovida de manera más seria y más profunda.

Muchas entidades, deseosas de pertenecer al grupo de las organizaciones socialmente responsables, buscan asociarse con ONGs y Fundaciones que ya realizan tareas caritativas ayudándolas a lograr sus propósitos. Esto puede suponer una mejora de su imagen, sin embargo, la filantropía no es una verdadera RSE puesto que no implica un cambio de gestión en la empresa. Una verdadera RSE consistiría más bien en que se plantee una nueva forma de hacer negocios, en la cual se aprovechan los recursos de manera más sostenible.

Hacer frente a este cambio esencial es una tarea mucho más difícil que solamente poner dinero a disposición de causas que otros desarrollan. Pues, como para cualquier cambio, hay que empezar desde el interior y llevarlo paulatinamente hacia el exterior. Además, comenzando por el interior, se proporcionaría a la empresa un mayor control sobre las iniciativas que desarrolle y una mayor posibilidad de observación de sus resultados. Es

¹ El señor Manuel Olivencia Ruiz presidió la comisión encargada de redactar el Informe sobre el Consejo de Administración al que sigue el CÓDIGO DE BUEN GOBIERNO.

decir que la forma más eficiente para afrontar la incorporación de la RSE es apuntando primero a su dimensión interna.

Gracias a los grandes avances tecnológicos en cuanto al sector de la comunicación y a la globalización, el mundo se hace cada vez más pequeño; de modo que la mayoría de las empresas tienden a dirigirse hacia otros países por la necesidad de buscar nuevos mercados, expandir sus negocios o diversificarse para reducir los riesgos. Por lo que deben gestionar un recurso humano globalizado. Además, si logran transmitir su cultura empresarial más allá de sus fronteras, empezarán a contar con empleados de diferentes culturas, idiomas, etc. Pero, al mismo tiempo con algo en común que les unirá: la cultura empresarial y las normas comunes que esta define, lo que es en definitiva una visión común (Durán, 2007).

Al internacionalizarse una empresa, aparece un nuevo reto en cuanto a que la organización debe poder garantizar el respeto de las distintas culturas, de los ambientes de trabajo y el desarrollo tecnológico (Durán, 2007). Esto se puede llevar a cabo a través de la Responsabilidad Social Empresarial Interna dado que afecta, en primer lugar al personal laboral y, en segundo lugar se preocupa por los cambios tecnológicos y organizativos e incluso por el uso de los recursos naturales en la producción. Los recursos humanos son una parte imprescindible de la RSE; pues, una empresa no puede presumir de preocuparse por la sociedad si de puertas adentro no tiene ninguna consideración con el bienestar de sus empleados. Tal error arruinaría cualquier esfuerzo de la empresa por ser reconocida como entidad socialmente responsable.

Para solventar este problema, el departamento de recursos humanos juega un papel importante y teniendo en cuenta que la RSE no pretende reemplazar la gestión de los recursos humanos, sino que sirve de guía para implementar las buenas conductas de la empresa, de acuerdo con las necesidades propias de los empleados. Las acciones planteadas desde el departamento de gestión de personal deben ser concretas y como ejemplos se pueden enumerar las siguientes:

- Inversión en programas de formación permanente del personal.
- La búsqueda de una mayor diversidad de los recursos humanos.
- La posibilidad de conciliar la vida familiar y laboral.

- La igualdad de retribución para las mujeres y las minorías
- La aplicación de prácticas responsables de contratación de personas pertenecientes a minorías étnicas, mujeres o personas con discapacidad.
- Información adecuada sobre el negocio.
- Formación respecto a la prevención de los riesgos laborales y la salud laboral.

La medición de esas acciones va ligadas al desarrollo del propio trabajo del departamento de recursos humanos. Los criterios usados para ello indicarían que una empresa es socialmente responsable, además de que cuenta con una cultura abierta que crea una atmosfera que refleja el atractivo de la empresa para los trabajadores actuales y potenciales. Es decir, permitirá atraer talento y por lo tanto crear valor para la organización. Por lo que, se puede decir que la RSE interna es una buena estrategia de negocios en tanto a que una entidad que consigue operar de esta forma estará consiguiendo dos cosas: por una parte mejorará su gestión interna al tener empleados felices y motivados en sus puestos de trabajo, haciendo que sean más comprometidos con los objetivos y la cultura de la empresa. Por otra parte, estará creando valor para la compañía puesto que se mejoraría la percepción de la sociedad sobre su forma de actuación y finalmente sobre los productos o servicios que ofrezca.

Tal forma de actuar de la organización, puede llegar a convertirse en una potente herramienta de gestión de los recursos humanos, fomentando que los empleados participen en la misma política a través de:

- Voluntariados en programas financiados por el área de RSE.
- Donaciones particulares sumadas a la de la empresa para proyectos concretos desarrollados por la misma o por otras organizaciones.
- Apoyando al departamento de RSE a definir los aspectos de los programas de acuerdo con las preferencias de los empleados.

En definitiva, para llevar una buena gestión de recursos humanos debe haber una relación estrecha de colaboración entre los departamentos de recursos humanos y de responsabilidad social, con una definición conjunta de los propósitos buscados y herramientas de seguimiento que incluyan indicadores de desempeño a utilizar por los RR.HH.

A continuación, se va a comentar algunos de los nuevos ámbitos de aplicación de la RSE en España.

1.5. NUEVAS TENDENCIAS.

Al formar parte de un entorno que se encuentra en un estado constante de evolución, las empresas deben buscar alcanzar sus objetivos adaptándolos a los cambios que ocurren en su alrededor. De tal forma que también resulta necesario adaptar sus acciones de RS en cuanto a que, a medida que va evolucionando el entorno, las necesidades de la sociedad van cambiando. Por tanto, pueden aparecer nuevos retos a enfrentar o nuevas dimensiones (tendencias) a tener en cuenta a la hora de desarrollar políticas de RSE.

1.5.1. Educación.

La educación constituye uno de los pilares fundamentales que caracterizan el desarrollo económico, social y política de una nación puesto que, en la medida en que una generación esté educada, habrá progreso y bienestar social. Es la razón por la cual la Unión Europea estableció como meta para el 2020, alcanzar el 100% de la inversión en capital humano para la educación. Con ello, se pretende conseguir mejorar el nivel académico de la población, además de mejorar el bienestar social y económico de la misma.

Según la definición de la RSE planteada más arriba, las empresas no solo deben producir riqueza para sus accionistas, sino que tienen que tener en cuenta a los demás grupos de interés y principalmente al bienestar de sus trabajadores y el crecimiento sociocultural de su entorno. Esto permite confirmar la existencia de una relación triangular entre la empresa, los empleados y la comunidad (entorno). Y, si tal relación está bien explotada, la RSE se convertirá en una estrategia de negocios eficaz y eficiente.

Pues bien, si la RSE va dirigida a la educación, su impacto será todavía mayor ya que la educación es la clave del éxito. De ahí la voluntad de las empresas de dirigir sus esfuerzos a fortalecer la educación en sus entornos puesto que permite marcar la diferencia en las vidas de millones de personas. Pues, sin las oportunidades educativas adecuadas, los niños no pueden desarrollar todo su potencial, lo que tendrá consecuencias negativas a largo plazo.

EMPRESA SOCIALMENTE RESPONSABLE ¿POR SU NIVEL DE INGRESOS O POR SUS ACCIONES?

El estudio “Business Backs Education” (Dattani, Still y Pota, 2015) muestra que, en el año 2013, el gasto global de las empresas del “2013 Global Fortune 500” fue de 20 mil millones de dólares y, en el mismo, se identifican a 218 empresas que tienen gastos relacionados con la educación, lo que viene a representar el 13% del presupuesto total de RSE de las empresas la lista Fortune Global 500. Según este informe, si las empresas que forman parte de la lista de la Fortune Global 500 se comprometieran a invertir un 20% de sus presupuestos de RSE en la educación, el gasto total se duplicaría casi por 4 mil millones de dólares. Y, si se usase de forma adecuada, más de 3 millones de niños por año irían a la escuela primaria en todo el mundo.

Asimismo, cuando las empresas invierten fuera de sus países, tienden a hacerlo en las zonas en las que sus intereses comerciales se alinean con sus responsabilidades empresariales pero no en aquellas áreas donde realmente se necesita ayuda.

Observando la tabla puesta a continuación, se ve que solo pocas empresas del Fortune Global 500, contribuyeron en un alto porcentaje en la educación respecto a su gasto de RSE, ocupando el primer puesto el BANCO SANTANDER.

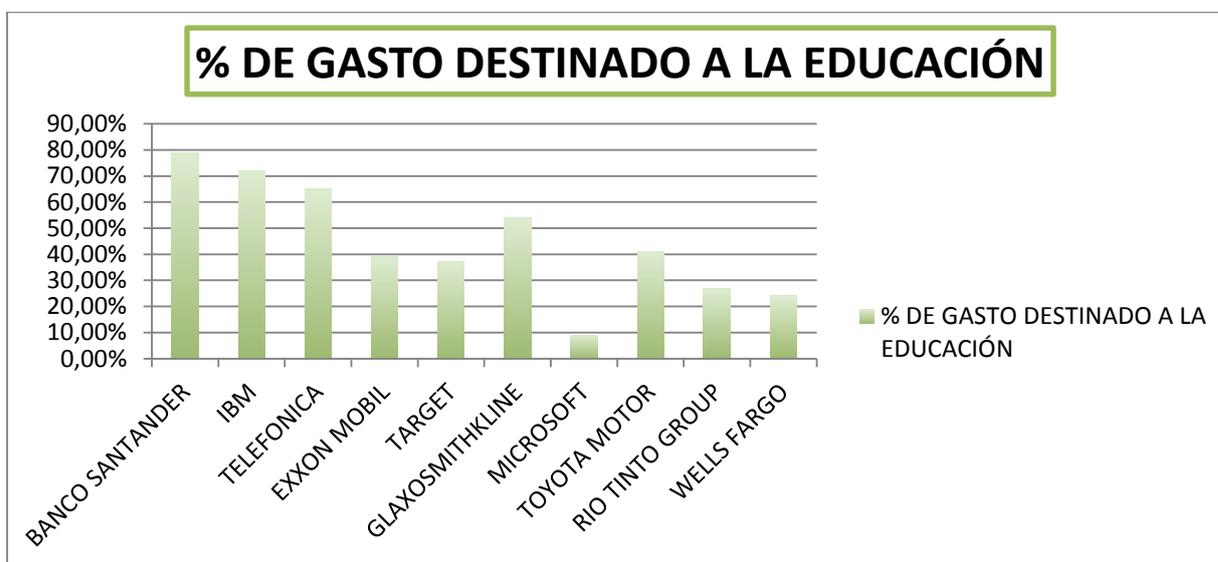
Tabla 1-2: Ranking de las 10 empresas de la Fortune Global 500 que más gastaron en Proyectos de Educación.

		Fortune Global 500 rank	Sector	Country	Total CSR spend	Total education CSR spend	% of CSR spent on education
1	Banco Santander	58	Financials	Spain	249.7	196.5	79%
2	IBM	62	Technology	US	200.4	144.0	72%
3	Telefonica	97	Technology	Spain	199.3	129.9	65%
4	Exxon Mobil	3	Energy	US	292.9	115.5	39%
5	Target	113	Consumer	US	260.2	95.2	37%
6	GlaxoSmithKline	253	Health care	UK	160.0	86.6	54%
7	Microsoft	110	Technology	US	920.0	86.5	9%
8	Toyota Motor	8	Industrials	Japan	205.2	83.5	41%
9	Rio Tinto Group	195	Materials	UK	305.7	81.6	27%
10	Wells Fargo	78	Financials	US	340.8	81.6	24%

Fuente: <http://www.rcvsostenibilidad.telefonica.com>

La responsabilidad social empresarial dirigida a la educación (RSE-E) se refiere a la participación de las empresas en los diferentes procesos y actividades educativas. En España, el BANCO SANTANDER ha sido el primero a dedicarse a ello con el proyecto “Universia” de la División Global Santander Universidades a través del cual financia a más de 1300 universidades en el mundo. Con este proyecto, el Banco Santander da vida a miles de proyectos de investigación y de emprendimiento empresarial, así como a decenas de cátedras de RSE. Esto se ve confirmado por los datos del informe Business Backs Education, según el cual, el banco español es la primera organización privada de la Global Fortune 500, que gastó más en educación con respecto a su presupuesto de RSE.

Gráfico 1-1: % de gasto destinado a la Educación



Fuente: Elaboración propia con datos cogidos de <http://businessbackseducation.org>

Olcese Santonja, en su Informe sobre la RS de la empresa en España (2013) propone algunas pautas que deben seguir las empresas españolas en cuanto al desarrollo de acciones de RS en la educación. Estas podrían ser:

1. Participar en los procesos educativos de su entorno, facilitando medios de financiación, técnicos y humanos que complementen las actividades de investigación y docencia universitaria, para mejorar la formación de sus futuros cuadros profesionales y adaptarlos a sus requerimientos reales.

2. Participar en los procesos y actividades de formación profesional para adaptar la formación técnico-profesional a sus requerimientos de talento y capacitación para el desempeño de los puestos de trabajo que requieren.
3. Contribuir con medios financieros, técnicos y humanos a la divulgación de los conceptos empresariales, de emprendimiento, de buena gobernanza y responsabilidad social, así como de transparencia y ética en los procesos de negocios, entre los niños en defensa y un capitalismo más humanista y justo, y no menos economista.

En este mismo informe se establece algunas formas para medir las iniciativas de las empresas en la educación. Éstas podrían contestar a las siguientes preguntas para saber cuáles son sus niveles de implicación en la educación de su entorno:

1. Si la empresa participa en algún proceso de Becas para postgrados universitarios.
2. Si tiene firmado algún convenio para la financiación de medios materiales de investigación tales como laboratorios, centros de investigación, etc.
3. Si tiene algún convenio o acuerdo para los estudiantes de formación profesional.
4. Si dispone de programas de becas para los alumnos de formación profesional
5. Si la empresa financia algún aula o equipamiento material en alguna entidad de educación general básica.
6. Si financia algún premio e educación o cultura de carácter infantil.
7. Si tiene algún programa vinculado con la educación en el que participan sus empleados de forma altruista.

Con esas preguntas, cada empresa podría ver cómo y dónde actuar para fomentar la educación para todos en España y fuera de las fronteras.

1.5.2. Discapacidad.

La RS conlleva una nueva forma de gestión de la empresa que va más allá de acciones sociales o de la mera filantropía. Dicha forma de gestión se caracteriza por ser una mejor y eficaz manera de informar a todos los grupos de interés de la empresa, además de significar una mejora del funcionamiento interno de la misma, con especial

referencia a los consejos de administración, a los aspectos vinculados a las relaciones laborales y de la gestión de diversidad del personal laboral en la empresa.

La gestión de la diversidad, a la vez que persigue optimizar el proceso empresarial y, mejorar la competitividad y las condiciones de trabajo, permite la participación de la empresa en las políticas de integración social. Otro de los beneficios de una buena gestión de la diversidad reside en que se incrementan las posibilidades de captar talento, dado que la empresa trabaja con una base de selección más amplia y que la capacidad de una persona es independiente de su origen o del grupo al que pertenece. Por lo que, se puede afirmar que la gestión de la diversidad es una estrategia orientada a la creación de un entorno que incluya todos los diversos perfiles que constituyen la empresa. Tal estrategia permite entre otras cosas, optimizar la eficacia del proceso empresa, la mejora de la productividad, de la calidad del empleo y del bienestar social.

Uno de los factores que forma parte de la diversidad y que las empresas deben tener en cuenta es la discapacidad. Muchas veces, la discapacidad pierde protagonismo frente a otros tipos de diversidad tales como la diversidad de género, étnica, etc. por lo que resulta importante que las políticas de RSE constituyan un marco idóneo para que las organizaciones la asuman como una dimensión cualificada de sus relaciones con los consumidores y usuarios.

Las empresas deben incluir claramente a las personas con discapacidad como prioridad dentro del grupo de stakeholders de empleados, potenciando su integración en los sistemas productivos. Tienen que ver a éstos como una oportunidad más que como una imposición ya que al contar con personas con discapacidad dentro de la plantilla, supone que la empresa está aprovechando el potencial y el talento de un importante porcentaje de la población, además de ser un potencial mercado ya que en España existen 3.847.900 millones de personas con discapacidad; en Europa esta cifra alcanza los 50 millones y una de cada cuatro familias tiene una persona con discapacidad (ONCE, 2015). Asimismo, en un entorno competitivo, una buena gestión empresarial relacionada con personas con discapacidad, puede permitir que la empresa mejore su imagen y su reputación, innove y se diferencie en el desarrollo de productos y servicios, e incluso adelantarse a aspectos que poco a poco van siendo regulados.

Para las personas con discapacidad, con unas tasas de actividad y de empleo inferiores a las de la población sin discapacidad, el compromiso de las empresas resulta de importancia vital para acceder el empleo, que a su vez, es el primer paso hacia la inclusión y hacia la normalización (Olcese Santonja, 2013).

La actuación de una organización que se quiere responsable y sostenible en referencia a las personas con discapacidad, debe comenzar por reconocer a este colectivo como un grupo de interés y, después incluir como condición sine qua non el cumplimiento de la normativa vigente (ONCE, 2015). Dicho cumplimiento supone dos cosas para las organizaciones en cuanto al empleo de las personas con discapacidad:

- ✓ Para las empresas de 50 o más trabajadores, éstas deben reservar un 2% de los puestos de trabajos para las personas con discapacidad o bien tener medidas alternativas a la misma previstas en la ley².
- ✓ Cumplir la normativa sobre la igualdad de trato, que prohíbe toda discriminación por motivos, entre otros, de discapacidad.

La RSE-D se puede definir, por tanto, como la incorporación de la dimensión de la discapacidad en las diferentes vertientes de las políticas de RSE de las empresas, considerando al colectivo de personas con discapacidad entre sus grupos de interés (ONCE, 2015).

Las pautas que deben seguir una empresa que está empezando en la gestión de la RSE-D, según la ONCE (ONCE, 2015) son las siguientes:

- Compromiso de la dirección de la empresa de que las personas con discapacidad formen parte de la política de RSE de la misma, debiendo asegurar su igualdad de trato y la no discriminación.
- Diagnóstico de la situación actual y de cómo integrar la dimensión de la discapacidad en la política de RSE para poder realizar una evaluación posterior. Para ello, puede acudir al cuestionario incluido en la guía (ver anexos).

² https://www.boe.es/diario_boe/txt.php?id=BOE-A-2013-12632.

- Evaluación externa, si se considerara conveniente, del funcionamiento actual en materia de empleo, accesibilidad, proveedores y acción social.
- Creación de un punto de referencia dentro de la empresa desde donde se promueva y haga un seguimiento del cumplimiento de la RSE-D, sirviendo asimismo de asesoramiento para las diversas áreas de la empresa en esta materia.
- Establecimiento de objetivos específicos en materia de empleo, accesibilidad, proveedores y acción social, plazos para la consecución de los mismos y fijación de indicadores que permitan analizar su avance.
- Comunicación con organizaciones de personas con discapacidad como grupo de interés, de cara a informar de los objetivos establecidos y explorar vías de colaboración.
- Inclusión de actuaciones realizadas y objetivos futuros relativos a personas con discapacidad en las secciones correspondientes de la Memoria de RSE.
- Revisión y definición de acciones de mejora en materia de discapacidad.

Es cierto que cada vez, hay más empresas que desarrollan acciones a favor de las personas con discapacidad dentro de sus estrategias de RSE, sin embargo, la temática de la discapacidad es un aspecto cuyo tratamiento necesita ser mejorado en el marco del reporte.

1.5.3. Empleo juvenil.

La crisis económica que está atravesando la mayoría de los países desarrollados desde 2007, ha tenido un efecto catastrófico sobre el empleo aunque de distintas formas según los países debido a las diferentes circunstancias de sus modelos productivos³.

Uno de los problemas de empleo generalizado entre los países de la Unión Europea es el del paro juvenil. La crisis está dificultando el acceso al empleo a los jóvenes hasta tal punto que éstos están renunciando a seguir buscando o se ven obligados a ser menos selectivos con los empleos que están dispuestos a aceptar. En España la tasa de desempleo juvenil forma parte de las más altas de la U.E y el número de jóvenes que está aceptando trabajos a tiempo parciales o que se encuentra confinado en empleos

³ OIT 2013: Tendencias Mundiales del Empleo Juvenil.

temporales es cada vez mayor. Este dato arrollador pone en riesgo la estabilidad económica y provoca que se cuestione el funcionamiento de la economía de mercado.

Tabla 1-3: Tasa de paro juvenil en ESPAÑA (2007-2014)

TASA DE PARO JUVENIL				
	De 16 a 19 años	De 20 a 24 años	De 25 a 29 años	TOTAL
2014	68,64	50,32	30,32	49,76
2013	74,08	51,77	33,25	53,03
2012	72,6	48,88	31,51	51,00
2011	64,34	42,34	26,31	44,33
2010	61,34	36,89	24,7	40,98
2009	55,36	33,28	21,7	36,78
2008	39,49	20,15	13,35	24,33
2007	28,77	14,97	8,96	17,57

Fuente: Elaboración propia con datos cogidos del INE.

La existencia de un desajuste de las competencias en los mercados de trabajo de los jóvenes se está convirtiendo en una tendencia constante cada vez más. Pues, la sobretitulación coexiste con el desfase de la formación adquirida por causa del desempleo de larga duración. Y, tal desajuste hace que las soluciones a la crisis del empleo juvenil sean más difíciles de encontrar y más lentas de poner en práctica⁴. Asimismo, los jóvenes cuentan con más competencias de las exigidas por los puestos de trabajo que ocupan, de manera que la sociedad está desaprovechando su potencial y perdiendo la posibilidad de mejorar la productividad económica.

También, las políticas puestas en marcha para reducir el desempleo de las personas mayores de 45 años son necesarias, sin embargo, al mismo tiempo provocan el llamado “efecto cuello de botella” dado que no se produce la necesaria rotación entre empleo maduro y empleo juvenil. Es decir, el mantenimiento del primero va en detrimento de la generación del segundo. Tal situación se agrava especialmente por el alargamiento de la edad de jubilación que se debe principalmente a la necesidad de equilibrar las cuentas de la Seguridad Social, que se han visto gravemente afectadas por la crisis.

A tal efecto, el gobierno ha buscado solventar tal situación llevando a cabo políticas coherentes y complementarias con la Estrategia Europea del Empleo 2020 (EEE 2020).

⁴ OIT. Garantías juveniles: ¿una respuesta a la crisis del empleo juvenil?

Dicha estrategia consiste en una forma de incrementar el empleo de manera inteligente, sostenible e integradora. En España, la EEE 2020 tiene como objetivo general Fomentar el empleo de la población activa y aumentar la participación de hombres y mujeres en el mercado de trabajo, mejorando la productividad y la calidad en el empleo en un mercado de trabajo sostenible basado en la igualdad de oportunidades, la cohesión social y territorial. Asimismo, de acuerdo con esa línea de actuación y, a través del RD 4/2013 y posterior Ley 11/2013, se ha elaborado la Estrategia de Emprendimiento y Empleo Joven 2013-2016 (EEEJ) cuyo objetivo es favorecer la inserción de los jóvenes en el ámbito laboral y mejorar su situación dentro del mercado de trabajo. Sin embargo, al observar que las políticas públicas puestas en marcha han ido fracasando, nació una responsabilidad social para el empleo juvenil orientada hacia la creación de empleo, además de favorecer y fomentar el espíritu de emprendedor en los jóvenes.

Las empresas que han adoptado estas estrategias deben:

- Crear empleo entre los jóvenes. Es una responsabilidad social irrenunciable y necesaria para la recuperación económica y para la consolidación de un capitalismo más humanista y sostenible.
- Fomentar y facilitar las vocaciones de emprender entre los jóvenes para así contribuir a crear el autoempleo además de generar riqueza y actividad económica.

A esas empresas, la Ley les permite ciertas ventajas a cambio, tales como bonificaciones en las cuotas de la seguridad social, tarifa plana para jóvenes autónomos sin trabajadores, etc.

Otro problema que las empresas en sus políticas de RSE deben tener en cuenta, es el del desempleo de los jóvenes con discapacidad. Pues, de por sí el colectivo de personas con discapacidad tiene la mayor tasa de paro y, siendo además jóvenes, la tasa de desempleo es todavía mayor.

Tabla 1-4: Tasa de paro y de empleo de Jóvenes con Discapacidad

(%)	PARO		EMPLEO	
	16-24 AÑOS	25-44 AÑOS	16-24 AÑOS	25-44 AÑOS
2013	72,1	38,6	6,7	31,7
2012	66,5	37,1	9,2	31,9
2011	57,8	29,3	14,6	36
2010	51,8	25,6	16,7	37,2
2009	45,3	24,4	19,5	36,8

Fuente: Elaboración propia con datos cogidos del INE.

Por ello, Olcese Santonja (2013) recomienda a las empresas que como actuaciones sobre el desempleo de los jóvenes con discapacidad las siguientes:

- En caso de ser una gran empresa, contratar a un joven con discapacidad por cada 100 sin discapacidad que tenga en su plantilla. Una mediana empresa, podrá hacer lo mismo por cada 50 jóvenes que tenga en la plantilla. Además, podrán asignarle un tutor para su formación.
- Eliminar los sistemas burocráticos que provocan la desmotivación de esos jóvenes. Las respuestas de las empresas deben ser inmediatas, sencillas y claras.
- Permitir que los jóvenes con discapacidad puedan realizar las actividades laborales y de formación en otros países. Las empresas se encargarían en tal caso de buscar acuerdos con empresas extranjeras.

Después del análisis que se acaba de realizar, se observa que el debate acerca de la RSE surgió al plantear la relación existente entre el objetivo primero de la empresa que es obtener altos beneficios y la contribución que deben hacer para lograr los objetivos sociales. Ambos objetivos parecen contrapuestos, en principio, dado que se supone que el uso de los recursos disponibles de la compañía para fines de interés social significa una reducción de los fondos destinados a la actividad económica de la misma. Lo que, según Durán (2007), llevaría a concluir que la acción social y la económica de una empresa son dos trozos de un mismo pastel y el tamaño de uno disminuye necesariamente el tamaño del otro en un momento dado del tiempo. No obstante, otros autores defienden un planteamiento totalmente diferente según el cual una empresa debe tener un propósito social que ha de ser consistente con sus intereses económicos de largo plazo ya que en muchas ocasiones es la única forma de poder satisfacerlos.

Las acciones sociales pueden ayudar a conseguir mejores resultados económicos si están bien planteadas, bien desarrolladas y adecuadas con los intereses de los stakeholders de la organización. De manera que se puede decir que la RSE constituye un elemento condicionante, además de integrante, de la estrategia empresarial tanto a nivel corporativo como de negocio. Por tanto, siempre que la empresa quiera mejorar su rentabilidad, deberá tener en cuenta sus políticas de RSE a la hora de decidir cuáles son los negocios que desarrollará la compañía.

2. PRINCIPIOS Y DIRECTRICES.

Para que la RSE reciba la atención que merece, sea interpretada y abordada de forma convincente, es necesario un esfuerzo de consenso y la participación decidida de instituciones internacionales de relevancia tales como la ONU, OCDE o U.E ya que sus estrategias y políticas de apoyo a las conductas responsables constituyen uno de los instrumentos más significativos con los que cuentan las distintas organizaciones interesadas para diseñar e implementar sus estrategias al respecto en el día a día. Por otro lado, la transparencia informativa es un elemento fundamental a la hora de conocer con precisión y juzgar por parte de todos los grupos de interés, el impacto real que tuvieron las políticas de gestión social implantadas por las empresas. Además, las propias empresas estarán interesadas en demostrar que su compromiso con los stakeholders es creíble; y, la única forma de conseguirlo es proporcionando una información seria y que se pueda comprobar.

Para publicar esta información, las instituciones internacionales han puesto a disposición de todos, una serie de reglas, estándares, principios o códigos a seguir; lo que no significa que esas normativas tengan carácter de legislaciones o medidas coercitivas. Esto no es así porque:

- Primero, la coercitividad no es acorde con el espíritu de la RS. Pues, la pauta general en la normalización de la RS es su voluntariedad por parte de las organizaciones.
- Segundo, la mayoría las instituciones carecen de la atribución de legislar, limitándose en sus actuaciones a debatir y proponer documentos y directrices para la generalizada aceptación de la RS, en forma de acuerdos, tratados o

programas internacionales que puedan dar lugar a posteriores políticas, actuaciones o normativas.

Pese a que exista multitud de tratados de aplicación obligatoria por parte de los países, que inciden y condicionan significativa y decisivamente el contexto en el que se desarrolla la responsabilidad social, algunos de los principios y directrices internacionales más directa y estrechamente relacionados con la capacidad de influir y definir en la práctica en las actuaciones son los siguientes:

2.1. GLOBAL REPORTING INITIATIVE (GRI).

El Global Reporting Initiative (GRI) es una institución internacional independiente, cuya principal misión es desarrollar y promover unas



directrices GRI para la elaboración de Memorias de sostenibilidad en las cuales se establezcan definiciones y sistemas de medición e información rigurosos sobre la realidad económica, medioambiental y social de las empresas. Nació en el año 1997 como iniciativa conjunta entre la organización estadounidense no gubernamental Coalition for Environmentally Responsible Economics (CERES) y el Programa de Naciones Unidas para el Medio Ambiente (PNUMA). Sus directrices contribuyen a la creación de un marco común de información y transparencia sobre sostenibilidad. Y, dado la buena aceptación que ha tenido entre diversos organismos nacionales e internacionales, puede decirse que se ha convertido en un estándar de consideración a nivel mundial.

Es una guía que sirve a las empresas en cuanto a lo que deben incluir en sus informes, a su interpretación y a la hora de hacer comparaciones por parte de los grupos de interés. Es decir, adopta una postura multistakeholders en el proceso de elaboración de sus directrices. Las últimas directrices GRI publicadas se corresponden al año 2013 y se denominan G4⁵.

⁵ <https://www.globalreporting.org/standards/g4/Pages/default.aspx>

Además de servir de guía, también elabora otros tres tipos de documentos que sirven para completar las directrices (Fernández Gago, 2005). Estos son:

- ✓ Complementos sectoriales: dado que los distintos sectores económicos se enfrentan a problemas diferentes, pues estos complementos tratan de facilitar y adaptar la aplicación de las directrices a cada caso.
- ✓ Documentos guía para asuntos concretos: son documentos sobre temas tales que la diversidad o la productividad y que ayudan a las empresas a la hora de organizar y preparar la información recogida en las directrices.
- ✓ Protocolos técnicos: proporcionan métodos de medida y procesos a seguir en la elaboración de los indicadores utilizados en las directrices.

2.2. LAS CONVENCIONES DE LA ORGANIZACIÓN INTERNACIONAL DEL TRABAJO (OIT).



La Organización Internacional del Trabajo (OIT) es un organismo de la ONU con una estructura tripartita, es decir Gobierno, Empleados y Empleadores. Tiene como finalidad establecer normas, técnicas internacionales en el ámbito laboral para evitar la competencia desleal basada en la explotación y el abuso. Es una institución que desempeña un papel muy importante de cara a la RS dado que las normas del trabajo y del diálogo social en los que se basa las políticas de RSE, son temas de los que se encarga primordialmente. De tal forma, que la mayoría de las iniciativas en esa materia remiten a los principios que proceden de las normas internacionales del trabajo elaboradas por este organismo. Además, ayuda a promover el diálogo entre los gobiernos, las organizaciones de trabajadores y los empleadores.

Pese a que los países, al ratificar los convenios de la OIT, se vinculan a ellos y deben promulgar leyes para llevarlos a la práctica, dichos convenios no resultan vinculantes para las empresas. Sin embargo, pueden servir de guía para el comportamiento de las mismas. Asimismo, sus convenios sirven para prestar asistencia y proporcionar los

instrumentos necesarios para entender mejor la dimensión laboral de la RSE y los dos puntos de referencia en lo relativo a este tema son:

- ✓ La declaración 1998 de la OIT relativa a los principios y derechos fundamentales en el trabajo en la que se exige a los gobiernos que apliquen los principios de las normas básicas del trabajo. Esas normas están comprendidos en cuatro categorías que son: 1) la libertad de asociación, la libertad sindical y el reconocimiento efectivo del derecho de negociación colectiva, la eliminación del trabajo forzoso u obligatorio, la abolición del trabajo infantil y la eliminación de la discriminación en materia de empleo y ocupación. Son de aplicación universal y a todas las personas en todos los países, hayan ratificado los convenios pertinentes o no.
- ✓ La declaración tripartita de principios sobre las empresas multinacionales y política social (Declaración sobre las EMN). Es un instrumento que ofrece orientaciones de política social en una economía delicada y sumamente compleja.

Para incrementar su implicación en materia de RSE, la OIT en el año 2009, creó el servicio HELPDESK que ofrece información sobre una amplia gama de temas en materia de prácticas laborales y deriva de la declaración sobre las EMN (OIT, 2015). Los usuarios pueden acceder a los recursos y herramientas disponibles en la OIT, así como consultar secciones de preguntas y respuestas y enlaces útiles sobre temas tales como: discriminación e igualdad, fomento del empleo, negociación colectiva, seguridad y salud en el trabajo, trabajo infantil, etc.



2.3. EL PACTO MUNDIAL DE LAS NACIONES UNIDAS.

El Global Compact o Pacto Mundial es una iniciativa internacional promovida por las Naciones Unidas y es operativa desde julio del 2000. Va dirigida a todas las organizaciones para que, de forma voluntaria, se comprometan a internalizar diez principios sobre temas como: los derechos humanos, las normas

laborales, el medio ambiente, y la anticorrupción (ver tabla 2.1) (Olcese Santonja, et al, 2008).

Uno de sus principales objetivos es llegar crear una red mundial en la que se fomente el buen comportamiento en las prácticas empresariales. En la actualidad más de 12.000 entidades participan en este pacto y están preparadas para apoyar los objetivos de desarrollo sostenible (ODS) con programas que van desde los derechos de la mujer y la lucha contra la corrupción a la gestión del agua y el cambio climático. Sus redes locales se encuentran presentes en más de 145 países (Naciones Unidas, 2015).

En la tabla 2-1, se resumen los principios que deben seguir las empresas en cada ámbito contemplado por el Global Compact.

Tabla 2-1: Ámbitos y Principios del Global Compact

ÁMBITO	PRINCIPIOS
DERECHOS HUMANOS	<p>1- Apoyar y respetar la protección de los derechos humanos proclamados en el ámbito internacional.</p> <p>2- Asegurarse de no ser cómplices en abusos a los derechos humanos.</p>
NORMATIVA LABORAL	<p>3- Respetar la libertad de asociación y el reconocimiento efectivo del derecho a la negociación colectiva.</p> <p>4- Eliminar todas las formas de trabajo forzoso u obligatorio.</p> <p>5- Abolir de forma efectiva el trabajo infantil.</p> <p>6- Eliminar la discriminación con respecto al empleo y la ocupación.</p>
MEDIO AMBIENTE	<p>7- Apoyar los métodos preventivos con respecto a problemas ambientales.</p> <p>8- Adoptar iniciativas para promover una mayor responsabilidad ambiental.</p> <p>9- Fomentar el desarrollo y la difusión de tecnologías inofensivas para el medio ambiente.</p>
ANTICORRUPCIÓN	<p>10- Trabajar contra la corrupción en todas sus formas, incluyendo la extorsión y el soborno.</p>

Fuente: Elaboración propia con datos cogidos de <http://www.pactomundial.org/>

3. LISTAS DE EMPRESAS MÁS RESPONSABLES SOCIALMENTE.

A lo largo de este estudio, ha quedado claro que el tema de la RSE es muy de actualidad y de interés mundial de modo que hoy en día, resulta normal encontrarse con listados de

empresas, países, ciudades, universidades, etc. referente al grado de sostenibilidad. Por tanto, no parece extraño ver publicaciones sobre ranking de las empresas más sostenibles, responsables socialmente o más éticas.

Esos listados empezaron a aparecer en los años ochenta y se han ido extendiendo por todo el mundo en los últimos años. Su fin primero consiste en distinguir a las entidades que destacan por llevar a cabo las mejores prácticas éticas y sociales. Aunque, también es cierto que en numerosas ocasiones se encuentran más relacionadas con la notoriedad de la entidad que con su verdadera forma de actuación. Por consiguiente, las grandes multinacionales se ven casi siempre favorecidas. Otro inconveniente está relacionado con el hecho de que dichas listas son efectuadas en base a distintas metodologías, es decir, no hay criterios comunes para todas ellas. No obstante, pese a ello, cada uno de esos rankings intenta responder a lo que debe ser una empresa socialmente responsable para así poder crear un listado que permita ordenar las entidades de acuerdo con los criterios establecidos.

3.1. FORTUNE.

La revista norteamericana Fortune elabora cada año, en colaboración con la consultoría internacional Hay Group, un listado de las empresas más admiradas del mundo (World's Most Admired Companies)⁶. Dicho listado está dividido en sectores y, para realizarlo, se hacen entrevistas a los directivos de las empresas así como a analistas financieros y directores externos con el fin de determinar qué compañía tiene la mejor reputación dentro de cada sector.

Para crear el listado, Hay Group coge las empresas del Fortune 1000⁷ y las empresas no estadounidenses del Fortune Global 500⁸ que tengan 10.000 millones de \$ o más de ingresos. De esa base, se selecciona a las 15 empresas más grandes de cada industria internacional y 10 de cada industria estadounidense, llegando a examinar un total de 668 empresas en 29 países y a 64 industrias⁹ (25 de todo el mundo y 39 de los Estados Unidos).

⁶ <http://fortune.com/worlds-most-admired-companies/>.

⁷ Listado de las 1000 mayores empresas estadounidenses clasificadas por sus ingresos.

⁸ Listado de las primeras 500 empresas de todo el mundo, medidas por los ingresos.

⁹ <http://archive.fortune.com/magazines/fortune/mostadmired/2010/industries/>.

A partir de ahí, los directivos, ejecutivos y analistas evalúan las empresas en su propia rama según nueve criterios de reputación: innovación, gestión de personal, uso de activos corporativos, responsabilidad social, competitividad global, calidad de gestión, solidez financiera, inversión a largo plazo, calidad de productos/ servicios. Según Hay Group, la calificación de estos parámetros puede basarse en el conocimiento que se tenga de primera mano sobre las empresas analizadas o sobre cualquier cosa que se haya podido ver o escuchar acerca de ellas, de tal forma que son las mismas personas que participan en la encuesta las que interpretan el significado de los mismos dentro de un sector en concreto.

Como ventaja de este índice se puede destacar el tamaño de la muestra que es muy elevado ya que como se ha señalado con anterioridad se puede llegar a examinar a 668 empresas de 64 industrias. Sin embargo, como problema se puede decir que tal índice tiene más en cuenta el desempeño financiero dado que tiene mayor orientación hacia los esfuerzos en creación de empleo de las empresas y excelencia en las relaciones laborales que en cualquier otro parámetro; lo que se puede ver, por ejemplo con empresas tales que MONSANTO que, a pesar de los escándalos que ha ido arrastrando a lo largo de su historia figura como una de las empresas más admiradas del mundo.

Para ser listada, una empresa debe lograr como mínimo una puntuación tal que se sitúe en la mitad superior del ranking de su rama, siendo la calificación general de la reputación corporativa la media de la puntuación de los parámetros.

3.2. MERCO.

El Monitor Empresarial de Reputación Corporativa (MERCO) se encarga de medir la reputación de las empresas que operan en España y para ello cuenta con 12 fuentes de información. Es el primer monitor auditado del mundo ya que su proceso de elaboración es revisado por KPMG¹⁰. Este monitor parte de una visión amplia de la reputación corporativa basada en 6 dimensiones que son:

1. Los rendimientos económico-financieros.
2. Innovación.

¹⁰ KPMG es una red global de firmas independientes de servicios profesionales que ofrece servicios de auditoría, fiscales y de asesoramiento financiero y de negocio en 155 países. <http://www.kpmg.com/>

3. Reputación interna.
4. Ética y RSC.
5. Dimensión global y presencia internacional.
6. Calidad de los productos y servicios.

En la actualidad elabora los siguientes rankings¹¹:

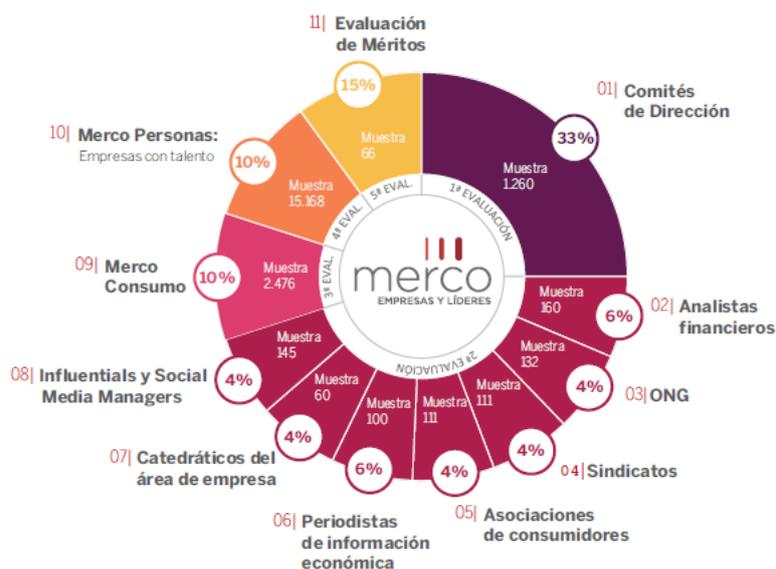
- **Merco EMPRESAS:** las empresas con mejor reputación corporativa.
- **Merco LÍDERES:** los líderes empresariales mejor valorados.
- **Merco TALENTO:** las empresas que mejor atraen y retienen el talento personal.
- **Merco RESPONSABILIDAD Y GOBIERNO CORPORATIVO:** las empresas más responsables.
- **Merco CONSUMO:** las marcas de consumo que gozan de mejor reputación.
- **Merco CIUDAD:** las ciudades que obtienen mejor valoración.
- **Merco MARCAS:** las marcas financieras más reputadas.

Para su elaboración, se utiliza una metodología multistakeholder ya que recoge los puntos de vista de los diferentes stakeholders, además los más de 15.000 directivos de las empresas que facturan más de 60 millones de euros al año. Esos directivos responden a una primera encuesta sobre la reputación corporativa y valoran a las empresas que consideran más reputadas (excluyendo la suya) y cuáles son los dos tributos más relevantes de los 18 en que se dividen las 6 dimensiones.

Posteriormente, un grupo de expertos compuesto por analistas financieros, representantes de ONG, miembros de sindicatos, de asociaciones de consumidores, periodistas de información económica, socios de dirección de comunicación y expertos en responsabilidad social evalúan las diferentes áreas. Tras tal evaluación, los técnicos de análisis e investigación valoran mediante una evaluación directa a las 50 mejores empresas del ranking provisional.

¹¹ <http://merco.info/es/rankings-merco>.

Imagen 3-1: Metodología de Merco



Fuente: <http://merco.info/es/que-es-merco>

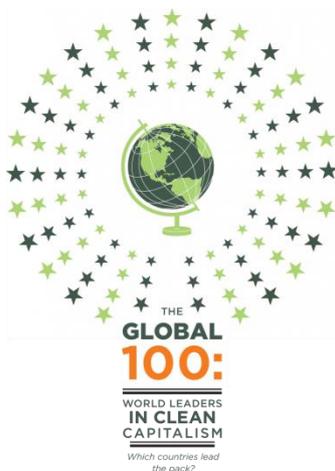
3.3. Global 100.

El Global 100 es un ranking anual de capitalismo limpio¹² realizado cada año por la CORPORATE KNIGHTS Inc. Consiste en la evaluación de sostenibilidad corporativa más extensa de la actualidad, de modo que la inclusión de una empresa en este listado se limita a un selecto grupo de 100 empresas de entre las de mayor capitalización del mundo.

La CORPORATE KNIGHTS es una revista que fue fundada en el 2002 y que se dedica a los medios de comunicación, la investigación y los productos financieros. Se centra en la cuantificación y el impulso del capitalismo limpio. Está orientada a transmitir información a los tomadores de decisión, por lo que su objetivo primero resulta ser “proporcionar información a los mercados con el fin de darles poder y fomentar así un mundo mejor”.

¹² Capitalismo limpio: sistema económico en el que los precios incorporan beneficios sociales, económicos y ecológicos, y donde los actores conocen todos los impactos de sus acciones de mercado.

Imagen 3-2: Global 100



Fuente: <http://www.corporateknights.com>

La metodología seguida por esta revista para llevar a cabo el Global 100, se basa en 12 criterios de rendimientos¹³ que cubren la gestión de recursos, la gestión financiera y la gestión de los empleados. Para obtener dicho ranking, se sigue los pasos siguientes;

Primer paso: se trata de definir el universo, refiriéndose al conjunto de empresas que serán examinadas (la muestra). Son todas aquellas que tienen una capitalización de mercado de más de 2 mil millones de \$.

Segundo paso: consiste en filtrar las compañías y se hace en 4 tiempos.

- **Primer filtro:** se trata de eliminar todas las empresas que no revelen al menos el 75% de los indicadores prioritarios¹⁴.
- **Segundo filtro:** se elimina todas las compañías con una puntuación menor a 5 en el F-Score (medida de fortaleza financiera de la empresa que consiste en sumar puntuaciones de 9 evaluaciones¹⁵). La calificación es binaria, donde los números 0 y 1 indican si se ha superado (1) o no (0) la prueba.

¹³ 1. Uso de energía. 2. Emisiones de GEI. 3. Consumo de agua. 4. Producción de residuos. 5. Gastos en I+D. 6. Impuestos pagados. 7. Sueldo del director ejecutivo. 8. Obligaciones no liquidadas. 9. Desempeño en Seguridad. 10. Rotación de empleados. 11. Diversidad de liderazgo. 12. Vinculación con los objetivos del capitalismo limpio.

¹⁴ Cualquier de los 12 enumerados antes cuando es informado por lo menos por el 10% de todas las empresas del sector.

¹⁵ 1. Beneficio neto positivo; 2. Flujo de caja operativo positivo; 3. Beneficio neto sobre los activos totales al inicio del año, menos el mismo número que el año anterior es positivo; 4. El flujo de caja operativo mayor que el beneficio neto; 5. Deuda a largo plazo sobre el patrimonio no se ha incrementado;

- Tercer filtro: consiste en eliminar todas las empresas con una calificación de GICS (Global Industry Classification Standard) de subindustria que tenga relación con la manufactura o distribución de productos derivados del tabaco o armamento.
- Cuarto filtro: trata de eliminar las compañías que forman parte del cuartil inferior en el CK Financial Sanctions¹⁶.

El ranking del Global 100 está conformado por las compañías que hayan obtenido las mejores puntuaciones dentro de cada uno de los sectores GICS cuya participación es en número de empresas proporcional al peso de su contribución de mercado de capitalización global según el MSCI ACWI¹⁷.

Aparte del Global 100, esta revista desarrolla ranking sobre diversos temas, como pueden ser:



SUSTAINABLE MBA: ranking de las mejores escuelas de negocios.



WORLD STOCK EXCHANGES: ranking de las bolsas mundiales.

Como conclusión, se puede decir que las listas de empresas responsables tienen la ventaja de ser un instrumento que destaca por el amplio eco en la opinión pública que tiene la publicación periódica de estas listas. No obstante, la inclusión de unas u otras empresas está más relacionada con la notoriedad de las empresas que con sus prácticas sociales dado que para llevar a cabo esos listados primero se escoge como primer filtro la cifra de negocio de las mismas, así generalmente sólo tienen acceso a estas listas las

6. Incremento del ratio actual; 7. Ningún incremento del patrimonio neto respecto al año anterior; 8. Mejora del margen bruto respecto al año anterior; 9. Incremento de la rotación de los activos.

¹⁶ El CK Financial Sanctions mide la cantidad de dinero que las compañías han pagado en el año por multas, penalizaciones o liquidaciones y las ordena de forma que las compañías que más pagan quedan en la parte inferior.

¹⁷ MSCI ACWI es un índice ponderado de capitalización de mercado diseñado para proporcionar una medida amplia del desempeño de las acciones del mercado en todo el mundo. Es administrado por Morgan Stanley Capital International y se compone por acciones de los mercados desarrollados y emergentes.

empresas de mayor tamaño, siendo muy difícil que una empresa mediana o pequeña llegue a ser incluida.

4. ACCIONA, S.A.: EMPRESA SOCIALMENTE SOSTENIBLE.



En el ranking del Global 100 del año 2014, la multinacional ACCIONA aparece como la única empresa española sostenible. Conociendo las características de una empresa sostenible, en este estudio se quiere poner de

manifiesto si sus actuaciones son merecedoras de dicho nombramiento.

4.1. LA COMPAÑÍA.

ACCIONA nace en 1997 a raíz de la fusión de dos grandes empresas constructoras españolas “CUBIERTAS Y MZOV, S.A.” y “ENTRECANALES Y TÁVORA, S.A.”. Se establece como un holding internacional y es una de las principales empresas españolas, líder en la promoción y gestión de infraestructuras; desarrollando sus actividades en dos grandes líneas de negocios que son:

- **Energía:** ACCIONA Energía trabaja únicamente con energías renovables: eólica, solar fotovoltaica, termosolar, hidráulica y biomasa.



- **Infraestructuras:** forman parte de esta línea de negocios, las actividades de:



- **Construcción:** ACCIONA Construcción incluye tres unidades de negocios – *Puentes, Carreteras, y Estructuras Especiales- Ferrocarriles y Túneles- Puertos y Obras Hidráulicas*, así como las áreas de ingeniería, concesiones y otros negocios (estructuras metálicas, mantenimiento y maquinaria).
- **Agua:** ACCIONA Agua centra su actividad en el tratamiento de agua potable, depuradoras de aguas residuales, tratamientos terciarios para reutilización.

- **Servicios:** ACCIONA Service agrupa una gran variedad de servicios tanto en el sector privado como en el público para poder ofrecer soluciones integrales a sus clientes.

ACCIONA cuenta con una experiencia histórica en 65 países de los 5 continentes, empleando cerca de 34.000 profesionales.

Imagen 4-1: Participación de ACCIONA en el mundo.



Fuente: www.accionacom.com

4.1.1. MISIÓN Y VALORES.

Según José Manuel Entrecanales, presidente de ACCIONA, S.A., la misión de la compañía consiste en ser líder en la creación, promoción y gestión de infraestructuras, energías, agua y servicios. De tal forma que pueda contribuir activamente al bienestar social, al desarrollo sostenible y a la generación de valor para sus grupos de interés.

Como visión, ACCIONA quiere ser capaz de dar respuesta al reto de conseguir un desarrollo sostenible a través de todas sus áreas de actividad para que generaciones actuales y futuras disfruten de una vida mejor (Acciona, 2015). Dentro de sus valores fundamentales se incluyen: la honestidad, la excelencia, el liderazgo, la preocupación por el entorno, la innovación, la solidez financiera, la responsabilidad social, entre otras

4.1.2. ACCIONA EN CIFRAS.

Tabla 4-1: Cifras principales de ACCIONA, S.A.

EN MILLONES DE EUROS	2014	2013	VAR (%)
Cifras de ventas	6.499	6.271	3,64%
EBITDA	1.087	1.062	2,35%
EBIT	572	-1.832	-131,22%
BAI ordinario	233	29	703,45%
BAI	277	-2.174	-112,74%
B° atribuible a la sociedad dominante	185	-1.972	-109,38%
Patrimonio neto	3.613	3.396	6,39%
Deuda neta	5.294	6.040	-12,35%
Inversión neta ordinaria	340	339	0,29%
Nº de empleados	33.559	34.108	-1,61%

Fuente: elaboración propia con datos cogidos de www.acciona.com

Observando la tabla 4.1, se puede ver que AACIONA, S.A. a pesar de la reforma energética¹⁸ llevada a cabo en el 2013 en ESPAÑA, en el ejercicio 2014 volvió a tener beneficios tras completar su plan de acción 2013-2014¹⁹. La compañía puso en marcha dicho plan de acción para adaptarse al reforma regulatoria.

El EBITDA del grupo creció un 2,35% y según el mismo, si no hubiera cambios regulatorios hubiese aumentado un 11, 8%. El aumento del EBITDA provoca el incremento del beneficio antes de impuestos e intereses (EBIT) que pasa de ser negativo en el 2013 a ser positivo en el 2014.

En dos años, el grupo ha completado operaciones de rotación de activos por importe de casi 1.000 millones de euros, consiguiendo rebajar el ratio de deuda neta sobre el EBITDA hasta 4,9 puntos.

Durante el ejercicio 2014, se redujo la deuda neta del grupo un 12,35% gracias a las mejoras operativas, las desinversiones, la contención de la inversión y la cancelación del dividendo con cargo al ejercicio 2013.

¹⁸ <http://www.boe.es/boe/dias/2013/07/13/pdfs/BOE-A-2013-7705.pdf>

¹⁹ http://www.acciona.es/media/1498921/presentacion_resultados_anuales.pdf

Tabla 4-2: Importe neto de la cifra de ventas

Desglose de las cifras de ventas			
EN MILLONES DE EUROS	2014	2013	VAR (%)
ENERGIA	2.200	1.972	11,56%
INFRAESTRUCTURAS	3.727	3.775	-1,27%
CONSTRUCCIÓN	2.626	2.653	-1,02%
AGUA	409	495	-17,37%
SERVICIOS	69	628	-89,01%
OTRAS ACTIVIDADES	692	635	8,98%
AJUSTES DE CONSOLIDACIÓN	-120	-110	9,09%
VENTAS TOTALES	6.499	6.271	3,64%

Fuente: Elaboración propia con datos cogidos de www.acciona.com

Viendo la tabla 4.2, se puede ver que el importe neto de la cifra de negocios del 2014, subió un 3,64% respecto al ejercicio anterior. Tal incremento se debe al aumento de la cifra de ventas de ACCIONA Energía, ACCIONA Service y de otras actividades.

EMPRESA SOCIALMENTE RESPONSABLE ¿POR SU NIVEL DE INGRESOS O POR SUS ACCIONES?

Tabla 4-3: Distribución geográfica de la plantilla de ACCIONA

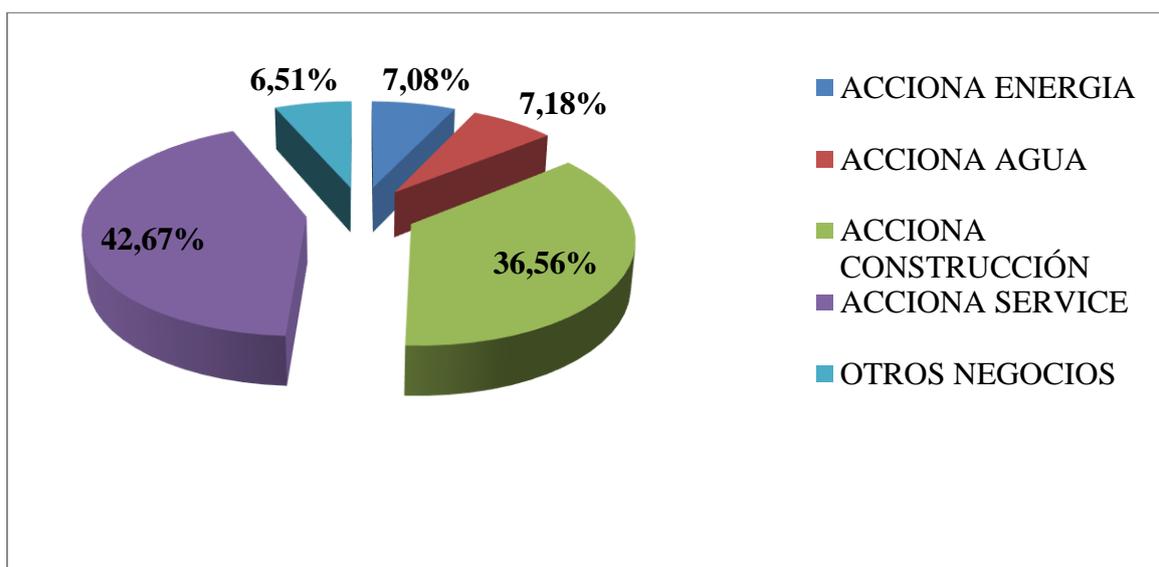
	2013			2014		
	Hombres	Mujeres	Total	Hombres	Mujeres	Total
ALEMANIA	745	126	871	749	120	869
ARGELIA	26	3	29	31	3	34
AUSTRALIA	175	64	239	172	52	224
BRASIL	2.100	458	2.558	2.162	465	2.627
CANADA	194	177	371	246	178	424
CHILE	1.077	147	1.224	1.491	122	1.613
COLOMBIA	281	192	473	360	261	621
EAU	12	2	14	34	2	36
ECUADOR	20	6	26	23	8	31
ESPAÑA	13.223	7.033	20.256	14.027	6.930	20.957
EE.UU	131	27	158	138	23	161
GABON	293	29	322	274	31	305
HOLANDA			0	24	9	33
ITALIA	256	25	281	306	23	329
MARRUECOS	49	10	59	88	16	104
MEXICO	704	208	912	509	282	791
PERU	49	23	72	71	13	84
POLONIA	3.458	1.468	4.926	1.790	899	2.689
PORTUGAL	368	557	925	510	586	1.096
REP. DOMINICANA	27	9	36	35	12	47
SUDAFRICA	19	6	25	25	13	38
VENEZUELA	81	29	110	153	34	187
RESTO DEL MUNDO	158	63	221	197	62	259
TOTAL EMPLEADOS	23.446	10.662	34.108	23.415	10.144	33.559

Fuente: Elaboración propia con datos cogidos de www.accion.com

A finales del 2014, la compañía contaba con una plantilla global de 33.559 personas distribuidas geográficamente según la tabla 4.3. Este total de la plantilla supone 1,61 % menos respecto al año anterior. El 38% de esta plantilla trabaja fuera de España, reflejando así la vocación de empresa global que tiene la compañía.

Desglosando esta plantilla en función de cada línea de negocio, se puede ver que en el 2014, ACCIONA Service se llevó el 42,67% mientras que a ACCIONA Construcción le correspondió el 36,56% de la plantilla.

Gráfico 4-1: Desglose de la plantilla del 2014 por línea de negocios



Fuente: Elaboración propia con datos cogidos de www.acciona.com

4.2. La RSE en ACCIONA, S.A.

Como se viene diciendo, ACCIONA es una compañía que se proyecta como un modelo de negocio centrado en el largo plazo y cuyas actividades se encuentran estrechamente relacionadas con el desarrollo sostenible y el cambio climático. Por tanto, como parte de sus desafíos, ha desarrollado prácticas de sostenibilidad avanzadas y estructuradas en un plan de acción (PDS 2015)²⁰, de tal forma que sus objetivos contribuyen a mejorar la competitividad de la organización. Uno de sus compromisos específicos es reducir la huella ecológica de la empresa y permitirle liderar la transición a una economía baja en carbono. Tal compromiso fue confirmado por la entrada del grupo en reconocidos índices de sostenibilidad tales como el Dow Jones Sustainability, el FTSE4Good, el MSCI ESG, STOXX® Sustainability y el Carbon Disclosure Leadership Index Iberia 2012.

Sin embargo, para ser considerada una empresa sostenible, no solo hay que reducir el impacto ecológico sino que hay que saber gestionar el compromiso con la sociedad, el entorno, los empleados (fuerza principal de una empresa) y demás grupos de interés.

²⁰ <http://www.acciona.com/es/sostenibilidad/plan-director/>

4.2.1. Su desempeño en las regiones de actividad.

ACCIONA es una empresa que desarrollo sus actividades en más de 65 países en los 5 continentes, de manera que se enfrenta a grupos de interés de culturas, costumbres y nacionalidades variadas. Pues, resulta imprescindible para la supervivencia de sus filiales el saber lidiar con esas diferencias.

Para ello, el primer paso que da la compañía consiste en trabajar buscando el equilibrio ambiental y el desarrollo de las comunidades donde tiene sus negocios. En su memoria de sostenibilidad 2014, se pueden destacar los siguientes proyectos:

- La ampliación del puerto del Rosario en Fuerteventura (España). El proyecto se llevó a cabo, utilizando una técnica pionera en el mundo y de la que ACCIONA posee la patente. Tal técnica se basa en la utilización de materiales compuestos caracterizados por ser versátiles, ligeros, resistentes y respetuosos con el medio ambiente. El uso de esos materiales permitió que ACCIONA obtuviera el Premio Europeo de Medio Ambiente concedido por la Comisión Europea.
- El diseño de una planta de tratamiento de agua residual en Costa Rica, que dará servicio a más de 1 millón de personas, lo que representa el 65% de la población estimada de la zona metropolitana de San José (capital del país). La instalación se va implementando de manera gradual. Esta forma de proceder permite que el país se plantee objetivos de inversión graduales, adaptando así sus necesidades a las posibilidades económicas de cada momento.
- La gestión de los impactos del parque eólico Euras (México). Ese parque produce anualmente una media de 989 GWh de electricidad, equivalentes al consumo de una población de unos 500.000 habitantes, que evitan la emisión de unas 600.000 toneladas de CO₂. Entre otras, se puede citar las siguientes acciones para gestionar esos impactos:
 - Mejorar la red viaria en el entorno del parque.
 - Creación de un sistema de drenaje para evitar la acumulación de agua en zonas inundables.
 - Preservación de vestigios arqueológicos o históricos.
 - Construcción de un centro comunitario bioclimático.

- La construcción de la potabilizadora de Mundaring (Australia). La capacidad inicial de ese proyecto es de 165 millones de litros diario y se convertirá en la fuente principal de agua para 100.000 personas aunque está preparada para atender las exigencias de una población superior en el futuro.
- La construcción de una planta solar fotovoltaica en Sishen (Sudáfrica). Con 216 GWh de generación eléctrica anual. Es la planta de mayor producción en el continente africano. El excepcional recurso solar de la zona en el que se sitúa y la configuración de la misma permitirán producir, al año, electricidad equivalentes al consumo de uno 100.000 hogares sudafricanos. Las obras que se iniciaron en agosto del 2013 y se acabaron en noviembre del 2014, supusieron la creación de 1.000 empleos.

Observando los proyectos enumerados anteriormente, se puede ver que ACCIONA tiene muy presente la variable ambiental en todas sus decisiones puesto que la integra en la operativa de sus negocios y desarrolla medidas para reducir su impacto en el planeta. Y, para ello, cuenta con un personal específicamente cualificado en todos sus niveles funcionales, jerárquicos y geográficos. Éstos sirven para aportar en la empresa máximos niveles de calidad y experiencia en el desempeño de las actividades de negocios y siguiendo siempre los más estrictos estándares ambientales; lo que resulta imprescindible sobre todo en países de América Latina o África, que cuentan con un alto nivel de biodiversidad.

Además de la variable medioambiental, está también la importancia de la sociedad ya que una empresa que se define como responsable socialmente debe apostar por el desarrollo de la comunidad en la que opera. ACCIONA lo lleva a cabo desarrollando extensos programas e iniciativas sociales como por ejemplo, el *proyecto Luz en casa Cajamarca en Perú, Edupack o la Campaña Donamos*.

4.2.2. Compromiso con el personal.

Uno de los valores compartidos del grupo empresarial ACCIONA es el cuidado y la satisfacción de las personas dado que resulta ser un punto imprescindible para una organización que se define como responsable y sostenible. Con el objetivo de seguir consolidando su cultura organizativa, la multinacional crea políticas y programas encaminados hacia la busca de disponer de equipos con capacidad de aportar valor al

negocio, de adaptarse a los escenarios cambiantes y caracterizados por la diversidad de su plantilla. Esto la permitiría conseguir los tres principios básicos que se ha planteado y que consisten en: *la rentabilidad de las operaciones, el refuerzo global de la marca ACCIONA y la eficiencia de la organización y de los procesos de negocio*. Para ello, es necesario para la misma contar con el mejor talento y con los mejores líderes.

En el 2014, la plantilla global de ACCIONA era de 33.559 personas siendo un 1,61% menos que en el año anterior (tabla 4.3). Tal reducción se debe al ajuste de dimensionamiento de las plantillas a las realidades de los proyectos y negocios de la compañía. Los principales ajustes se llevaron a cabo en México y Polonia por la disminución de la actividad. Durante las negociaciones, se mantuvo un clima de diálogo satisfactorio con la representación legal de los trabajadores y la empresa implementó medidas orientadas hacia la responsabilidad social con las personas.

También es preciso señalar que el 38% de la plantilla de ACCIONA trabaja fuera de España, incrementándose así el número de personas que trabajan fuera de su país de origen; de allí la necesidad de contar con un equipo de profesionales capaces de lidiar con la diversidad de la plantilla.

Tabla 4-4: distribución de la plantilla según el género y el tipo de contrato.

	TEMPORAL			FIJO		
	Hombres	Mujeres	Total	Hombres	Mujeres	Total
ACCIONA Energía	279	66	345	1.544	486	2.030
ACCIONA Agua	248	32	280	1.695	435	2.130
ACCIONA Construcción	1.018	97	1.115	8.903	2.250	11.153
ACCIONA Service	2.010	1.455	3.465	6.386	4.470	10.856
Otros Negocios	232	136	368	1.267	550	1.817
Total	3.787	1.786	5.573	19.795	8.191	27.986

Fuente: Elaboración propia con datos cogidos de www.accionacom.com.

Los recursos humanos son el principal activo de cualquier empresa por lo que resulta ser necesario que ésta los cuide adecuadamente si quiere que su negocio siga funcionando. ACCIONA, en su código de buen gobierno asegura que lo ha entendido, razón por la cual pone en marcha cada año iniciativas que promueven mejoras en materia de

formación, contratación, igualdad de oportunidades y prevención y salud permitiendo así que su personal se sienta a gusto trabajando en la compañía.

Entre estas iniciativas se puede mencionar las siguientes:

- Mejorar el índice de frecuencia de accidentes (IF): en cuanto a la seguridad en el trabajo, el lema de la compañía es *“No importa donde estemos, todos somos ACCIONA. La seguridad es cosa de todos y estamos para ayudar a conseguirlo.”* Para sensibilizar su personal sobre la importancia de la seguridad en el lugar de trabajo, la empresa ha partido en el 2014, un total de 148.402 horas de formación en prevención de riesgos laborales.
- Fortalecer la cultura de performance, a través de la implantación de un programa de mejora del rendimiento.
- Extender el Bono ACCIONA en los distintos colectivos y países: es un programa destinado a los empleados de ACCIONA que tienen una retribución variable y que incluyen resultados financieros de la compañía.
- Formar a los directivos y a los gerentes en la gestión de personas en ACCIONA.
- Alcanzar el 3% de personas con discapacidad en la plantilla de la empresa. Esto es solo en el caso de España dado que no hay constancia de que en los demás países de operación la compañía haya empleado a personas con discapacidad.
- Establecer planes de igualdad en sus distintos negocios aunque solo tres de ellos cuentan con el Distintivo de Igualdad en la Empresa (DIE) otorgado por el Ministerio de Sanidad, Servicio Sociales e Igualdad.

Para hablar sobre el compromiso de una empresa con su personal, también resulta importante conocer las opiniones de los mismos para ver si van en la misma dirección que la de compañía. Por tal razón, se puede decir que aunque ACCIONA se define como una empresa que defiende sus trabajadores a capa y espada, existen opiniones contrarias. En la página web indeed.fr (<http://www.indeed.fr/cmp/Acciona/reviews>), se ha observado unos contras de trabajar en la misma, como son:

- Escasas oportunidades de ascenso.
- Dificultad para ascender.
- Jornadas laborales extensas.

EMPRESA SOCIALMENTE RESPONSABLE ¿POR SU NIVEL DE INGRESOS O POR SUS ACCIONES?

De las 149 evaluaciones encontradas, puntuadas en una escala de valor de cero a cinco, los indicadores peor valorados han sido la estabilidad laboral y la facilidad de promoción, con un cómputo global de 3 puntos.

CONCLUSIONES.

De lo visto en este trabajo se deduce que la Responsabilidad Social Empresarial es un reto para las organizaciones. Cada vez son más las empresas que desean asumir plenamente su responsabilidad social puesto que son más conscientes de que en la economía actual de mercado, la legitimidad para poder operar ha de venir concedida por todos aquellos agentes o grupos de interés con los que se relaciona la organización (stakeholders).

El que la empresa asuma una responsabilidad social, más allá de la maximización del beneficio para el accionista, conlleva una mejora de los resultados económicos a largo plazo. Por lo tanto, sólo se puede conseguir esta primera responsabilidad respecto al accionista, asumiendo la responsabilidad frente a los demás agentes sociales implicados en la gestión de la empresa. En conclusión, para que la empresa crezca a largo plazo es imprescindible que sustente sus procesos y productos en unos estándares éticos, que integre en su gestión y que trate de dar respuesta a las demandas de los agentes sociales a los que afecta o que le afectan. Pues, la RSE no solo tiene que ver con cuidar el medioambiente sino que hay otros factores que la integran. Y según va evolucionando la economía mundial, se van presentando otras áreas como son la educación, el empleo juvenil y el colectivo de personas con discapacidad en las que se hace imprescindible una buena gestión de la RSE.

El hecho de que una empresa se declare socialmente responsable no significa que lo sea realmente o totalmente dado que la medición de la RSE se hace bajo criterios distintos según la organización que la lleva a cabo, siendo el factor más importante la cantidad de ingresos que tenga cada una, llegando a excluir las pequeñas y medianas empresas. De allí, la pregunta de saber si solo las grandes multinacionales son responsables socialmente.

En un mundo que cada vez se hace más pequeño por los grandes avances tecnológicos de la comunicación, las compañías se van expandiendo más hacia otros países, buscando nuevos mercados, diversificándose para así reducir los riesgos; de tal forma que esas empresas se encuentran con unos recursos humanos que empiezan a globalizarse. Y, si llega a transmitir correctamente su cultura organizativa, contará con una plantilla compuesta por personas de distintas culturas y diferentes idiomas pero con

algo en común. Por tanto, el departamento de Recursos Humanos juega un papel indispensable puesto que es el principal encargado de gestionar la diversidad que constituye la plantilla.

En el caso de ACCIONA como se ha podido ver, es una empresa que intenta cumplir con la mayoría de los criterios para ser una empresa responsable socialmente. Con sus proyectos, ayuda en las comunidades en las que opera, permite la integración de sus trabajadores que constituyen una gran diversidad y su mayor activo, etc. y al mismo tiempo, obtiene beneficios para sus accionistas. Sin embargo, todavía quedan cosas por hacer dado que todavía no ha alcanzado los objetivos que se planteó en su plan de acción PDS 2015. Para ello, se debe integrar a todo el personal y no solo a los directivos y gerentes como viene indicado en su memoria de sostenibilidad tanto en la sede central como en todas sus filiales para así contribuir en el desarrollo y en el bienestar de la sociedad.

Una empresa que se define como socialmente responsable debe cuidar la imagen que quiere transmitir a la sociedad para poder mejorar la visión que dicha sociedad perciba o tenga de ella. Por lo que no debe aparecer en una lista de empresas más sostenibles por sus niveles de ingresos sino por las acciones que pone en marcha para contribuir al buen desarrollo económico, social, medioambiental incluso político de la zona en la que efectúa sus operaciones.

BIBLIOGRAFIA.

Acciona, S. A. (2015). ACCIONA, S.A. Recuperado el Febrero de 2015, de <http://www.acciona.com/>

Carroll, A. B. (1991). *The Pyramid of Corporate Social Responsibility: Toward the Moral Management of Organizational Stakeholders*. Recuperado el 08/06 de 2015, de http://www.researchgate.net/profile/Archie_Carroll/publication/4883660_The_pyramid_of_corporate_social_responsibility_Toward_the_moral_management_of_organizational_stakeholders/links/0c96051e967c1b8a0d000000.pdf

Dattani, P., Still, A. y Pota, V. (2015). *Business Backs Education*. Recuperado el 12/06 de 2015, de <https://www.varkeyfoundation.org/sites/default/files/BBE%20EPG%20Report%20online.pdf>

Durán, G. (2007). *Empresa y medio ambiente: políticas de gestión ambiental*. Madrid: Pirámide.

Economistas Sin Fronteras. (2009). *Por una Economía Más Justa*. Madrid:

Fernández Gago, R. (2005). *Administración de la responsabilidad social corporativa*. Madrid: Thomson-Paraninfo.

Lizcano, J. L. (2006). Buen Gobierno y Responsabilidad Social Corporativa. *Partida Doble*, (182), 20-35.

Naciones Unidas. (2015). *Pacto Mundial de las Naciones Unidas*. Recuperado el 23/06 de 2015, de <http://www.pactomundial.org/>

Navarro García, F. (2012). *Responsabilidad social corporativa: teoría y práctica* (2ª act, rev y amp). Pozuelo de Alarcón Madrid: Esic.

OIT. (2015). *Organización Internacional del Trabajo*. Recuperado el 23/06 de 2015, de <http://www.ilo.org/global/about-the-ilo/lang--es/index.htm>

Olcese Santonja, A. (2013). *INFORME SOBRE LA RESPONSABILIDAD SOCIAL DE LA EMPRESA EN ESPAÑA*. Recuperado el 12/06 de 2015, de <http://ec.europa.eu/spain/pdf/informe-responsabilidad-social.pdf>

Olcese Santonja, A., Rodríguez-Badal, M. A., Alfaro, J. y de Rato, R. (2008). *Manual de la empresa responsable y sostenible: conceptos, ejemplos y herramientas de la responsabilidad social corporativa o de la empresa*. Aravaca Madrid: McGraw-Hill Interamericana.

ONCE. (2015). *GUÍA DE RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL Y DISCAPACIDAD DE LA FUNDACIÓN ONCE*. Recuperado el 15/06 de 2015, de <http://rsed.fundaciononce.es/>

Reig Pérez, A. (2006). La teoría de agencia y las decisiones financieras. En

Sajardo Moreno, A., Ribas Bonet, M. A. y Benavent Sancho, M. (2009). *La responsabilidad social interna de las empresas en España*. Madrid: Tirant lo Blanch.

Sethi, P. S. (1979). **A Conceptual Framework for Environmental Analysis of Social Issues and Evaluation of Business Response Patterns...** *Academy of Management*, 4(1), 63-74.

ANEXOS

Anexo 1: Ranking realizado por la revista Corporate Knight en el 2014

Year	Rank	Company Name	ISIN	Country of Headquarters	GICS Industry Group
2014	1	Westpac Banking Corporation	AU000000WBC1	Australia	Banks
2014	2	Biogen Idec Inc	US09062X1037	United States	Pharmaceuticals & Biotechnology
2014	3	Outotec OYJ	FI0009014575	Finland	Capital Goods
2014	4	Statoil ASA	NO0010096985	Norway	Energy
2014	5	Dassault Systemes SA	FR0000130650	France	Software & Services
2014	6	Neste Oil OYJ	FI0009013296	Finland	Energy
2014	7	Novo Nordisk A/S	DK0060102614	Denmark	Pharmaceuticals & Biotechnology
2014	8	Adidas AG	DE000A1EWWW0	Germany	Consumer Durables & Apparel
2014	9	Umicore SA	BE0003884047	Belgium	Materials
2014	10	Schneider Electric SA	FR0000121972	France	Capital Goods
2014	11	Cisco Systems Inc	US17275R1023	United States	Technology Hardware & Equipment
2014	12	BASF SE	DE000BA SF111	Germany	Materials
2014	13	Bayerische Motoren Werke AG	DE0005190003	Germany	Automobiles & Components
2014	14	Aeroports de Paris	FR0010340141	France	Transportation
2014	15	ASML Holding NV	NL0006034001	Netherlands	Semiconductors & Semiconductor Equipment
2014	16	The Sage Group PLC	GB0008021650	United Kingdom	Software & Services
2014	17	Keppel Land Limited	SG1R31002210	Singapore	Real Estate
2014	18	UCB SA	BE0003739530	Belgium	Pharmaceuticals & Biotechnology
2014	19	Australia & New Zealand Banking Group Limited	AU000000ANZ3	Australia	Banks
2014	20	Sigma-Aldrich Corporation	US8265521018	United States	Materials
2014	21	Life Technologies Corporation	US53217V1098	United States	Pharmaceuticals & Biotechnology
2014	22	Tim Hortons Inc	CA88706M1032	Canada	Consumer Services
2014	23	Natura Cosmeticos SA	BRNATUA CNOR6	Brazil	Household & Personal Products
2014	24	Bombardier Inc	CA0977512007	Canada	Capital Goods
2014	25	Commonwealth Bank of Australia	AU000000CBA7	Australia	Banks
2014	26	Centrica PLC	GB00B033	United	Utilities

EMPRESA SOCIALMENTE RESPONSABLE ¿POR SU NIVEL DE INGRESOS O POR SUS ACCIONES?

14			F229	Kingdom	
20	27	Siemens AG	DE000723	Germany	Capital Goods
14			6101		
20	28	Croda International PLC	GB000233	United Kingdom	Materials
14			5270		
20	29	StarHub Ltd	SG1V1293	Singapore	Telecommunication Services
14			6232		
20	30	Shinhan Financial Group Co Ltd	KR705555	South Korea	Banks
14			0008		
20	31	Hang Seng Bank Ltd	HK001100	Hong Kong (SAR), China	Banks
14			0095		
20	32	Stockland	AU000000	Australia	Real Estate
14			SGP0		
20	33	Banco Espirito Santo SA	PTBES0A	Portugal	Banks
14			M0007		
20	34	Samsung Electronics Co Ltd	KR700593	South Korea	Semiconductors & Semiconductor Equipment
14			0003		
20	35	Wolters Kluwer NV	NL000039	Netherlands	Media
14			5903		
20	36	Geberit AG	CH003017	Switzerland	Capital Goods
14			0408		
20	37	Monsanto Company	US61166	United States	Materials
14			W1018		
20	38	Scania AB	SE000030	Sweden	Capital Goods
14			8280		
20	39	City Developments Ltd	SG1R890	Singapore	Real Estate
14			02252		
20	40	Vivendi SA	FR000012	France	Telecommunication Services
14			7771		
20	41	Teck Resources Limited	CA878742	Canada	Materials
14			2044		
20	42	Swiss Re AG	CH012688	Switzerland	Insurance
14			1561		
20	43	Coca-Cola Enterprises Inc	US19122T	United States	Food Beverage & Tobacco
14			1097		
20	44	SAP AG	DE000716	Germany	Software & Services
14			4600		
20	45	L'Oreal SA	FR000012	France	Household & Personal Products
14			0321		
20	46	Atlas Copco AB	SE000010	Sweden	Capital Goods
14			1032		
20	47	Duke Energy Corporation	US26441C	United States	Utilities
14			2044		
20	48	Koninklijke Philips Electronics NV	NL000000	Netherlands	Capital Goods
14			9538		
20	49	Bank of Montreal	CA063671	Canada	Banks
14			1016		
20	50	Motorola Solutions Inc	US620076	United States	Technology Hardware & Equipment
14			3075		
20	51	Royal Dutch Shell PLC	GB00B03	Netherlands	Energy
14			MLX29		
20	52	Cenovus Energy Inc	CA15135U	Canada	Energy
14			1093		
20	53	Suncor Energy Inc	CA867224	Canada	Energy
14			1079		
20	54	Prologis Inc	US74340	United States	Real Estate
14			W1036		

EMPRESA SOCIALMENTE RESPONSABLE ¿POR SU NIVEL DE INGRESOS O POR SUS ACCIONES?

20 14	55	Telefonaktiebolaget LM Ericsson	SE000010 8656	Sweden	Technology Hardware & Equipment
20 14	56	Galp Energia SGPS SA	PTGAL0A M0009	Portugal	Energy
20 14	57	Johnson & Johnson	US478160 1046	United States	Pharmaceuticals & Biotechnology
20 14	58	CapitaLand Limited	SG1J2788 7962	Singapore	Real Estate
20 14	59	General Electric Company	US369604 1033	United States	Capital Goods
20 14	60	Daimler AG	DE000710 0000	Germany	Automobiles & Components
20 14	61	Agilent Technologies Inc	US00846U 1016	United States	Pharmaceuticals & Biotechnology
20 14	62	Acciona SA	ES012522 0311	Spain	Utilities
20 14	63	Electrocomponents PLC	GB000309 6442	United Kingdom	Technology Hardware & Equipment
20 14	64	H&M Hennes & Mauritz	SE000010 6270	Sweden	Retailing
20 14	65	Daiwa House Industry Co Ltd	JP350500 0004	Japan	Real Estate
20 14	66	Mitsubishi Heavy Industries Ltd	JP390000 0005	Japan	Capital Goods
20 14	67	Intact Financial Corporation	CA45823T 1066	Canada	Insurance
20 14	68	Weyerhaeuser Company	US962166 1043	United States	Real Estate
20 14	69	Eisai Co Ltd	JP316040 0002	Japan	Pharmaceuticals & Biotechnology
20 14	70	TELUS Corporation	CA87971 M1032	Canada	Telecommunication Services
20 14	71	BG Group PLC	GB000876 2899	United Kingdom	Energy
20 14	72	Staples Inc	US855030 1027	United States	Retailing
20 14	73	BCE Inc	CA05534B 7604	Canada	Telecommunication Services
20 14	74	Nissan Motor Co Ltd	JP367240 0003	Japan	Automobiles & Components
20 14	75	Enbridge Inc	CA29250N 1050	Canada	Energy
20 14	76	Encana Corporation	CA292505 1047	Canada	Energy
20 14	77	Ricoh Co Ltd	JP397340 0009	Japan	Technology Hardware & Equipment
20 14	78	EMC Corporation	US268648 1027	United States	Technology Hardware & Equipment
20 14	79	Sun Life Financial Inc	CA866796 1053	Canada	Insurance
20 14	80	Storebrand ASA	NO000305 3605	Norway	Insurance
20 14	81	London Stock Exchange Group PLC	GB00B0S WJX34	United Kingdom	Diversified Financials
20 14	82	LG Electronics Inc	KR706657 0003	South Korea	Consumer Durables & Apparel
20 14	83	Husqvarna AB	SE000166 2230	Sweden	Consumer Durables & Apparel

EMPRESA SOCIALMENTE RESPONSABLE ¿POR SU NIVEL DE INGRESOS O POR SUS ACCIONES?

20 14	84	Johnson Controls Inc	US478366 1071	United States	Automobiles & Components
20 14	85	British Sky Broadcasting Group PLC	GB000141 1924	United Kingdom	Media
20 14	86	Nestle SA	CH003886 3350	Switzerland	Food Beverage & Tobacco
20 14	87	Alcatel-Lucent	FR000013 0007	France	Technology Hardware & Equipment
20 14	88	Hess Corporation	US42809H 1077	United States	Energy
20 14	89	Muenchener Rueckversicherungs AG	DE000843 0026	Germany	Insurance
20 14	90	The Toronto-Dominion Bank	CA891160 5092	Canada	Banks
20 14	91	Intesa Sanpaolo SpA	IT0000072 618	Italy	Banks
20 14	92	Wesfarmers Ltd	AU000000 WES1	Australia	Food & Staples Retailing
20 14	93	Unilever PLC	GB00B10 RZP78	United Kingdom	Food Beverage & Tobacco
20 14	94	Roche Holding AG	CH001203 2113	Switzerland	Pharmaceuticals & Biotechnology
20 14	95	BRF - Brasil Foods SA	US10552T 1079	Brazil	Food Beverage & Tobacco
20 14	96	Campbell Soup Company	US134429 1091	United States	Food Beverage & Tobacco
20 14	97	Danone SA	FR000012 0644	France	Food Beverage & Tobacco
20 14	98	Kesko OYJ	FI0009000 202	Finland	Food & Staples Retailing
20 14	99	Novartis AG	CH001200 5267	Switzerland	Pharmaceuticals & Biotechnology
20 14	10 0	Essilor International, Compagnie Générale d'Optique	FR000012 1667	France	Health Care Equipment & Services

Fuente: <http://www.corporateknights.com>

Anexo 2: Cuestionario (en francés) realizado a los trabajadores de ACCIONA Gabón

MIRNA ELPHIE DITAMBA
CUESTIONARIO SOBRE RSE PARA LOS EMPLEADOS DE ACCIONA EN GABÓN

SEXE:
NATIONALITE:
FONCTION DANS L'ENTREPRISE:
SALAIRE DE BASE:

1. Que savez-vous sur la responsabilité sociale des entreprises (RSE)?
2. Comment la définiriez-vous?
3. Selon vous, votre société tient-elle en compte la RSE en planifiant ses activités?
4. Si oui à la question 3, pouvez-vous décrire les actions mises en place par votre entreprise?
5. Êtes-vous d'accord avec ses actions? Peuvent-elles être améliorées?
6. Par rapport à la gestion des ressources humaines, que pensez-vous de l'attitude de votre entreprise?
7. Y a-t-il de différence de traitement des employés (problèmes familiaux, salaires, etc.) par rapport à la nationalité?
8. Si possible est, pouvez-vous décrire les politiques mises en place pour susciter le bon fonctionnement de l'entreprise?
9. Sont-elles suffisantes? Peuvent-elles être améliorées?
10. Dans son rapport de durabilité 2014, votre entreprise parle du projet EDUpack, en avez-vous déjà entendu parler?
11. Si oui à la question 10, savez-vous comment fonctionne-t-il?
12. En tant que employé chez ACCIONA, société reconnu mondialment pour ses activités liées au développement durable, et si celle-ci vous en donnait l'occasion, comment pourriez-vous améliorer la vie dans votre communauté?

Fuente: Elaboración propia