

ÍNDICE:

RESUMEN ESPAÑOL.....	2
RESUMEN INGLÉS.	2
1. INTRODUCCIÓN: Presentación General y Objeto del Trabajo.....	2
2. Concepto y Evolución.	3
3. Instituciones, Iniciativas y Acuerdos.	5
4. Clasificación de los Grupos de Interés.....	8
5. Ámbitos de la Responsabilidad Social Corporativa.	8
6. Responsabilidad Social Corporativa en el Ibex 35.....	9
7. Conclusiones.	48
8. Bibliografía	54
Webgrafía.	55

RESUMEN ESPAÑOL.

El presente trabajo trata de analizar y determinar cuál es la actuación y relación de las empresas que forman parte del Ibex 35 con sus grupos de interés. Considerados en la actualidad empresarial como uno de los factores que condiciona el éxito de una organización, ya que van a influir tanto en el desarrollo como la implantación de las distintas estrategias empresariales y organizativas. Por lo tanto se va a poner de manifiesto las distintas actuaciones que desarrollan las empresas para satisfacer las demandas de los distintos grupos con los que se relacionan, interpretando cada una de las Memorias de Sostenibilidad que presentan cada año las compañías y estableciéndose una serie de conclusiones, que determinarán cual es la consideración que tienen las empresas con mayor relevancia en España, en materia de Responsabilidad Social Corporativa.

RESUMEN INGLÉS.

The present work tries to analyze and determine the performance and relation of the companies that are part of the Ibex 35 with its interest groups, considered in the present day business as one of the factors that conditions the success of an organization, since they go To influence both the development and the implementation of different business and organizational strategies. Therefore, the different actions developed by companies to meet the demands of the different groups such as those that relate are interpreted, interpreting each of the Sustainability Reports presented each year by the companies and establishing a series of conclusions , Which will show what is the consideration in terms of Corporate Responsibility that have the most relevant companies in Spain.

1. INTRODUCCIÓN: Presentación General y Objeto del Trabajo.

La Responsabilidad Social Corporativa (RSC, en adelante) es utilizada por las empresas como una forma de contribución activa y voluntaria que les permita entablar, mantener y mejorar las relaciones que mantienen con sus grupos de interés. Se englobará en esta materia todas aquellas acciones y compromisos que las empresas decidan por ímpetu propio dirigir y ejecutar hacia sus stakeholders, para conseguir un aumento de su bienestar y del entorno en general.

Los grupos de interés son un conjunto de partes interesadas y/o afectadas por la actividad de una organización, y condicionan su sostenibilidad y su actuación empresarial (Guerra y Navas, 2007). Pues sino están de acuerdo con la actuación de la empresa reivindicán sus intereses, debido a que de forma directa o indirecta están vinculados con la actividad de la organización.

Las organizaciones o empresas deben tener en cuenta la importancia que tienen estos grupos sociales, debido a que para ser sostenibles necesitan identificarlos, comprenderlos y responder a sus demandas sociales y expectativas, e incluso anticiparse a ellos para evitar que sus acciones acaben repercutiendo en el desarrollo empresarial.

Esto provoca que, tanto el motivo como el objetivo de la ejecución del presente trabajo, sea conocer cuáles son los grupos de interés con los que se relaciona las empresas del Ibex 35, consideradas como las grandes empresas españolas, debido a que son organizaciones que tienen una gran influencia en los sectores de la economía nacional donde desarrollan su actividad (Herrero, 2015). Por tanto, resulta conveniente e interesante conocer las acciones y decisiones en materia de sostenibilidad que estas organizaciones desarrollan para cumplir con las demandas de sus grupos de interés.

Por ello, otro objetivo del trabajo, es conocer de forma específica cuales son los programas y actuaciones que desarrollan estas empresas para obtener una mejor aceptación social y un mayor beneplácito por parte de sus grupos de interés, que de algún modo repercutirán, en que éstas, obtengan mejor posicionamiento en el mercado. Por lo tanto, con sus acciones, tratan en todo momento de evitar cualquier tipo de conflicto o repercusión negativa por parte de éstos.

Se va a analizar la Responsabilidad Social Corporativa de las empresas del Ibex 35 tomando como referencia a los grupos de interés, que de acuerdo a la actualidad empresarial y al entorno en el cual están inmersas, tienen un mayor poder de influencia en su desarrollo empresarial. Por tanto, como así determina el Observatorio de la Responsabilidad Social, los stakeholders más influyentes en el ámbito empresarial español son los trabajadores, la comunidad, clientes, proveedores y accionistas (Web Observatorio Responsabilidad Social, 2016)¹.

A continuación se expondrá el concepto de Responsabilidad Social Corporativa, y se tratará una serie de cuestiones relacionadas con esta materia, que servirán de base para comprender y entender mejor la actuación de las empresas del Ibex 35. La base de su implicación con la RSC, como puede apreciarse en sus proyectos y compromisos que se detallarán, es que es conveniente que la estrategia empresarial implique a sus grupos de interés, ya que les permitirá identificar y captar nuevas oportunidades y desafíos útiles, y que los riesgos y consecuencias negativas de su actividad se minimicen. Permitiendo así una creación de valor tanto a nivel interno, como para el conjunto de la sociedad y/o el medio ambiente.

2. Concepto y Evolución.

El término Responsabilidad Social Corporativa se define como: “La actitud que tienen las empresas ante las demandas de tipo social planteadas por los grupos de interés y el conjunto de la sociedad en general.” (Guerras y Navas, 2007).

Además es conveniente establecer e indicar que el término RSC ha sufrido una evolución. Sus primeros orígenes surgen con Adam Smith (1723-1790), quien consideraba que los movimientos o negocios de los humanos debían entablarse dentro de la moralidad y la ética social.

A partir de entonces, fue generándose una mayor implicación de los empresarios para que sus acciones y movimientos mercantiles, se ajustasen a la moral de los distintos grupos con

¹ <http://observatoriorsc.org/la-rsc-que-es/>.

los que se relacionaban, para así obtener mayores ventajas, a la hora de desarrollar su labor empresarial. Esta tendencia podría enmarcarse dentro de la RSC, al igual que el fomento y compromiso de los empresarios en el cumplimiento de las garantías laborales de sus trabajadores.

Esta tendencia era la predominante en esta materia, hasta que posteriormente en los años 90 y principios de siglo, se comienza a tener en cuenta otras dimensiones como pueden ser las económicas, legales, medio ambientales o incluso políticas, que van a tener una gran relevancia en el desarrollo empresarial (Aguirre, 2005).

Actualmente, la Responsabilidad Social Corporativa tiene como objetivo fundamental dar cumplimiento a las exigencias y peticiones que realizan el conjunto social con el que se relaciona las empresas, los denominados stakeholders o conocidos como los grupos de interés. Esta afirmación ha sido acuñada tanto por la Asociación Española de Contabilidad y Administración de Empresas (AECA, 2004) y el Observatorio de Responsabilidad Social Corporativa (Observatorio RSC, 2006), al considerar que los grupos de interés son un eje fundamental en el funcionamiento de las organizaciones y que sus pretensiones deben estar satisfechas en todo momento, en interés tanto del buen funcionamiento de las empresas como de sus intereses propios.

En base a lo anterior, *AECA (2004, cap. 6)* establece una serie de principios básicos que deberían estar presentes en el comportamiento de las empresas, para que sean consideradas como sostenibles o garantes con sus grupos de interés:

- *Transparencia:* Como elemento básico, hace referencia a la obligación que tiene la empresa de proporcionar a los distintos grupos de interés la información que reclamen, en cuanto a la actuación que desarrolla la empresa en el mercado y su posible participación en la misma.
- *Materialidad:* la organización debe intentar en la medida de lo posible dar cumplimiento a las necesidades y expectativas de sus grupos de interés.
- *Verificabilidad:* Todas las actuaciones empresariales deben estar justificadas y ser coherentes con las pretensiones de sus grupos de interés.
- *Visión amplia:* La organización debe centrar sus objetivos de RSC en el contexto de sostenibilidad más amplio posible.
- *Mejora continua:* La organización intentará en todo lo posible continuar con su labor social en el sector en el cual se desarrolla y mejorar continuamente su acción social.
- *Naturaleza social de la organización:* La organización deberá tener en cuenta siempre que es de origen social, por lo que su actividad debe ajustarse al entorno y a las demandas de los grupos con los que se relaciona.

En complemento a esto, el Observatorio de la Responsabilidad Social Corporativa considera que las actuaciones de las empresas en materia de RSC deben versar sobre 3 puntos básicos:

1. Que todas las actuaciones que desarrolle la empresa, en cumplimiento de su labor en RSC, deben estar relacionadas con la actividad principal o básica que desarrolla la empresa.

2. Toda su actuación en el mundo empresarial debe tener un eje principal de permanencia, al igual que su labor en RSC.
3. Para que la empresa alcance sus objetivos en RSC es necesaria una implicación de la alta dirección.

Por tanto, según estos organismos públicos, una organización podrá ser considerada como sostenible si tiene en cuenta estos principios y su comportamiento es comprometido con sus grupos de interés.

Si estos valores y principios son adquiridos por las empresas, pasaran a formar parte de su Código de Conducta, cambiando la idea tradicional consistente en que los directivos de las compañías solo debían cumplir con la exigencia de maximizar la rentabilidad de los accionistas y propietarios de las empresas, o incluso que la dirección solo actuase de forma oportunistas en base a sus intereses (Friedman, 1966).

Actualmente esta idea ha cambiado, ya que con la RSC se pretende crear una coherencia entre los intereses sociales y los económicos, garantizar el bienestar social y medioambiental, y además permitir que las empresas sean capaces de solucionar los problemas de gobierno que surgen dentro de las compañías como consecuencia de las diferencias de intereses y mejorar las relaciones con el entorno en el que las empresas desarrollan su actividad.

3. Instituciones, Iniciativas y Acuerdos.

En materia de Responsabilidad Social Corporativa han surgido importantes iniciativas y acuerdos, llevados a cabo por importantes instituciones a nivel mundial, debido a la repercusión que tiene para el desarrollo empresarial de las organizaciones.

La RSC tiene, entre otros objetivos, dar cumplimiento a las pretensiones y demandas que reclaman los grupos de interés, por lo que para ello han surgido una gran cantidad de propuestas, códigos o programas con la intención de orientar a las empresas en su objetivo de sostenibilidad, y pretenden establecer la base y criterios a tener en cuenta, a la hora de desarrollar toda su política y labor de compromiso social.

Por tanto, a continuación, se detallan las iniciativas e instituciones más importantes que en materia de RSC se han desarrollado, todas ellas son de ratificación y cumplimiento voluntario o discrecional por parte de las empresas, y con un rango de aplicación mundial, pero que las empresas españolas del Ibex 35 han decidido acogerse como consecuencia de que tienen un gran peso en la esfera internacional. Además su adhesión genera la posible consideración de “*empresa responsable y sostenible*”, porque se presume en todo momento que las empresas están cumpliendo con sus criterios establecidos.

- **Global Compact (Pacto Global) de la ONU:**

Desarrollado en el año 1999, fue el primer pacto a nivel global sobre RSC desarrollado en el Foro



Económico Mundial. No es un instrumento regulador, sino una iniciativa voluntaria, en la cual, las empresas deciden alinear sus estrategias y operaciones en base a diez principios universalmente aceptados en cuatro áreas temáticas: derechos humanos, estándares laborales, medio ambiente y anti-corrupción. Este último fue el último en incorporarse como consecuencia de los grandes escándalos de corrupción que afectaron a la economía a partir del año 2004. Las grandes instituciones promotoras de este acuerdo fueron la OIT, comisiones formadas en base a la Declaración Universal de Derechos Humanos y los principios rectores de la Conferencia de Río sobre medio ambiente.

Además la ONU promueve que las empresas decidan, de forma voluntaria, aceptar estos principios rectores y que los tengan en cuenta a la hora de elaborar sus informes, cuentas y auditoría. También ha decidido promover proyectos y estrategias sociales comunes entre todos los ratificadores de dicho pacto.

Por otro lado la ONU también ha desarrollado los denominados **GUIDING PRINCIPLES**, que son los denominados Principios Rectores de Naciones Unidas sobre empresas y derechos humanos, siendo estos principios la base para que las empresas sean garantes de los derechos humanos de sus trabajadores. Estos principios tratan de crear un marco de protección del trabajador frente a problemas de discriminación y abusos, encargándole al Estado la tarea de fomentar una garantía y protección especial que impidan la posibilidad de realizar cualquier vulneración de derechos en el ámbito empresarial.

- **Libro Verde de la Comisión de la UE sobre Responsabilidad Social Corporativa:**

Este texto establece que las decisiones que desarrollan las distintas empresas pertenecientes a la UE, deben surgir del consenso interno y en base a una racionalidad corporativa. Siendo estas propuestas, iniciativas internas de cada uno de los agentes que intervienen en el tráfico empresarial a nivel europeo, para crear un marco común, unitario y comunitario de acciones entre los distintos agentes, sin necesidad de imponer unos objetivos que puedan ser perjudiciales para unos y beneficiosos para otros

Por tanto lo que se pretende es crear un marco europeo competente y con coherencia con otras fuentes internacionales de RSC, para que se cree poco a poco una política igualitaria a nivel global pero tomando como base una política común a nivel europeo. Para ello son importantes los trabajos realizados en foros conocidos como multistakeholders, reuniones en instituciones mundiales como la OIT o acuerdos bilaterales entre la UE e instituciones mundiales.

- **GRI (Global Reporting Initiative):**

Organización sin ánimo de lucro y fuerte promotora de la RSC dentro del ámbito empresarial. Su finalidad comenzó alrededor del año 2003, y cuyo objetivo principal se centra en la creación de un marco de sostenibilidad social a través de las Memorias de Sostenibilidad de las compañías. Su propósito es que en las memorias de cada una de las empresas, aparezcan reflejados los objetivos de sostenibilidad y concienciación de las

empresas con respecto a sus principales grupos de interés, haciendo referencia a materias como economía, medioambiente y socio-cultural.

- **Índices Bursátiles de Sostenibilidad.**

Estos indicadores, están presentes en los principales índices bursátiles de las bolsas más activas del mundo. Tratan de determinar cuál es la actividad de sostenibilidad y de responsabilidad que las empresas desarrollan con sus grupos de interés principales.



Estos se encuentran en el Dow Jones y FTSE4, y tratan de ofrecer a los inversores una información adicional a la económica y financiera, ya que establecen rankings de las empresas más concienciadas con los distintos aspectos que engloba la RSC, como actuaciones en países en desarrollo, corrupción o medio ambiente. Además es una información muy valiosa, ya que junto con la financiera, define cual es el liderazgo de la empresa, el compromiso que éstas tienen con los grupos de interés y cuál es la implicación y motivación del trabajador en el ámbito laboral.

Además, en España, se han desarrollado una serie de iniciativas o propuestas que además de ofrecer a las empresas criterios y orientación para que su política de RSC sea lo más correcta posible con respecto al entorno y grupos de interés con los que se relaciona; estos informes o comunicados ofrecen una gran información sobre las actuaciones, que en materia de RSC desarrollan las empresas, permitiendo que su labor sea conocida, y repercutiendo en ellas, una mejor imagen corporativa y mayor aceptación social. Entre las iniciativas destacan:

- *Informe anual de gobierno corporativo:* Este informe ofrece información de la gestión, la estructura y los procesos de información que se llevan a cabo en la organización. Trata de crear un marco de Buen Gobierno dentro de las compañías, para minimizar el impacto de su actividad y la imagen que tienen sus órganos de gobierno dentro de la sociedad.
- *Informe anual sobre remuneraciones:* Ofrece información de la remuneración que perciben los consejeros de las grandes empresas españolas y cajas de ahorros, con el objetivo de adecuar su participación al salario que perciben y evitar abusos de poder o administración desleal.
- *Comunicaciones al CERSE:* En organizaciones con más de mil trabajadores, se recomienda que comuniquen al Consejo Estatal de la RSC sus informes de RSC, con objeto de que el CERSE pueda realizar un seguimiento del desarrollo de la RSC en España. Su objetivo es aconsejar y solucionar posibles desviaciones o problemas que puedan tener las empresas en esta materia.

4. Clasificación de los Grupos de Interés.

Una vez que se ha definido el concepto de RSC y las principales políticas e iniciativas que son propuestas a las empresas, por distintas instituciones, surge la idea de que los grupos de interés deben ser objeto de las actuaciones que las organizaciones desarrollen en materia de RSC.

Esto se debe principalmente a que los grupos de interés o stakeholders son grupos sociales cuyos intereses están vinculados de forma directa o indirecta con la actividad empresarial y hacen que su actuación condicione a la empresa y viceversa. Esto genera en las organizaciones la necesidad de que sean tenidos en cuenta a la hora de desarrollar su actividad, ya que los grupos de interés al tener poder para influir en la organización, condicionan la estrategia empresarial al cumplimiento de sus pretensiones y demandas de tipo social (Freeman, 1983).

Por lo tanto es conveniente identificarlos y clasificarlos, debido al poder e influencia que tienen en las organizaciones y empresas. Siguiendo a Guerra y Navas (2007), los grupos de interés se pueden clasificar de la manera siguiente:

- **Internos:** Son aquellos grupos sociales que se encuentran dentro de la estructura de la organización, como pueden ser empleados, accionistas/propietarios o directivos.
- **Externos:** Son grupos social que no pertenecen a la estructura interna de la organización, relacionándose con ésta de forma independiente a su organización interna, siendo clientes, proveedores, competidores, administraciones públicas, agentes sociales, comunidad en general, medio ambiente y generaciones futuras.

5. Ámbitos de la Responsabilidad Social Corporativa.

La Responsabilidad Social Corporativa está totalmente relacionada con los grupos de interés con los que la empresa se relaciona, debido principalmente a su capacidad de influencia y al vínculo de intereses legítimos con la actividad empresarial. Esto provoca la necesidad de que la empresa deba satisfacer sus demandas sociales, mediante el empleo de una serie de actuaciones, acciones y propósitos que les permita dar cumplimiento a sus pretensiones, evitando así el conflicto y una repercusión negativa de estos. Por tanto, así surge la política de RSC de las empresas.

Todas estas actuaciones o políticas que lleva a cabo la empresa hacia los grupos de interés, para satisfacer sus diferentes pretensiones, se centran principalmente en tres ámbitos de actuación (Certo y Peter, 1996):

1. **Ámbito Económico-Funcional:** Esta consideración está relacionada directa o indirectamente con la actividad principal que desarrollan las empresas, por tanto está relacionada con la producción de bienes y servicios que reclama la demanda. Estar en consonancia con este ámbito significa que las empresas se preocupan por las necesidades de los clientes, por ofrecerle un producto innovador, evitar una mala imagen, informaciones negativas o incluso preocuparse por el personal que trabaja en la compañía, proporcionando una mayor formación, mayor flexibilidad laboral e

involucración en la empresa, que finalmente repercutirá en unos mayores beneficios para la sociedad.

2. **Ámbito de Calidad de Vida:** Éste se centra principalmente en garantizar que la actividad que desarrolla la empresa no sea perjudicial o negativa para el entorno tanto interno como externo de la empresa. Se centra principalmente en garantizar una protección medioambiental, preservar los recursos naturales, evitar comportamientos negativos de los consumidores por productos defectuosos o en mal estado, contaminación, pero sobretudo en garantizar condiciones de seguridad, bienestar laboral del trabajador, comodidad o recompensas hacia el trabajador.
3. **Área de Inversión o Acción Social:** Recoge el destino de los recursos tanto financieros como humanos que las empresas destinan sin necesidad de que tenga una repercusión económica en sus resultados, sino que son acciones no lucrativas o filantrópicas que hacen las organizaciones para paliar su impacto en la sociedad y tener una imagen de solidaridad y preocupación social. En definitiva, resolver problemas del conjunto de la sociedad que de forma directa o indirecta afecta al conjunto de personas que tienen relación con la empresa y que trata de paliar.

Estas tres áreas son muy amplias, con contenidos y políticas muy extensas, debido a la gran variedad y diferencias entre los intereses y pretensiones que reclaman los grupos de interés a las organizaciones. Para ello, pueden tomar como referencia las indicaciones de las grandes instituciones internacionales, como ONU, OIT u OCDE y sus programas e iniciativas, como se han visto anteriormente, que tratan sobre diferentes materias, garantizando que su labor y su actividad sea responsable.

Por tanto, lo que surge en las organizaciones es una idea de contribución voluntaria a conseguir un consenso y alineación con los intereses de los grupos de interés, permitiendo a la empresa que su actividad empresarial, al igual que su estrategia sean sostenibles, evitando cualquier tipo de conflicto o confrontación, y procurando, que mediante el beneplácito de estos grupos de influencia, obtenga una mayor aceptación social y mejor imagen corporativa.

Por lo que, las empresas tienen una tarea ardua en esta materia, debido principalmente a la gran cantidad y diferencias entre las premisas y demandas a satisfacer, por lo que es conveniente intentar satisfacer la mayor parte de ellas, incidiendo en estos tres ámbitos de la Responsabilidad Social Corporativa.

6. Responsabilidad Social Corporativa en el Ibex 35.

Una vez que se han analizado las principales cuestiones a tenerse en cuenta en materia de Responsabilidad Social Corporativa, en base, a su aplicación y relación con los grupos de interés con los que se relaciona, haciendo referencia a las iniciativas y criterios que las empresas deben tener en cuenta o los ámbitos de actuación, se va a proceder a analizar cuál es la actuación de las empresas del Ibex 35, en materia de RSC, y a su labor de compromiso con sus grupos de interés.

En este apartado se va a establecer cuáles son los grupos de interés que cada una de estas empresas tienen en cuenta a la hora de desarrollar su actividad, intentando en todo momento

satisfacer sus pretensiones y demandas sociales para intentar conseguir una alineación entre la actividad que desarrollan y los intereses de estos stakeholders. Además se va a indicar cuáles son los principales programas y actuaciones que van a desarrollar estas compañías, para garantizar que su desarrollo empresarial se realice de la forma más responsable posible.

Las compañías analizadas son las que forman parte del Ibex 35, considerado como el principal índice bursátil de la bolsa española. Está formado por las 35 empresas españolas, que según la Comisión Nacional del Mercado de Valores cumple los siguientes requisitos y criterios (CNMV, 2003):

- Para formar parte del Ibex 35, no se tiene en cuenta el sector económico al cual pertenece la empresa, sino que se tiene en cuenta criterios como el de liquidez de los títulos y volumen de negocio.
- Deben ser empresas, que de acuerdo a las *Normas Técnicas de Composición y Cálculo de Índices*², que establece la Sociedad de Bolsas, tengan un volumen de negocio importante en su mercado de principal. Utilizándose para su cálculo, ratios de calidad y de comparación con respecto a otras empresas del mercado.
- Las acciones que componen su capital deben cumplir con los criterios de liquidez, en base a estadísticas de contratación y rotación, además de utilización de ratios que miden la volatilidad, órdenes de capitalización y determinación del índice de liquidez anualizado.
- La capitalización media del valor integrado en el Ibex 35 debe ser superior al 0,30% de la capitalización media de dicho índice durante todo su periodo de control, es decir, durante los seis meses anteriores.
- Por último, es necesario que más del 3% del capital de la empresa esté en circulación en el mercado, de acuerdo con las normas de capital flotante de valores³.

Por tanto, a continuación se detallarán las actuaciones que en materia de Responsabilidad Social Corporativa desarrollan las treinta y cinco empresas que integran este índice bursátil. Se indicará cuáles son los grupos de interés que influyen en la actividad empresarial y en el desarrollo e implantación de las estrategias de estas grandes empresas; además de indicar cuáles son sus programas e iniciativas para evitar conflictos con ellos, y permitir una adecuación y coherencia entre sus intereses propios y los empresariales.

1. ABENGOA

Abengoa es una compañía multinacional sevillana cuya actividad se desarrolla dentro del sector de la energía y del medioambiente, generando electricidad a partir de recursos naturales y renovables, transformando biomasa en biocombustibles y produciendo agua potable a partir del agua del mar (Web Abengoa, 2016)⁴.

² El Contenido de estas normas se encuentra en el siguiente documento:

http://www.bolsamadrid.es/docs/SBolsas/docsSubidos/NormasIndices/Normas_Indices_Ibex_esp.pdf

³ Comisión Nacional del Mercado de Valores, Condiciones de admisión a cotización y permanencia en los mercados regulados de acciones, 2008. Véase en

http://www.cnmv.es/docportal/publicaciones/monografias/mon2008_30.pdf.

⁴ <http://www.abengoa.es/web/es/index3.html>.

Abengoa es una de las compañías del Ibex 35, que dentro su plan estratégico a nivel corporativo, desarrolla un Plan Estratégico de Responsabilidad Social Corporativa (PERSC), cuyo objetivo es informar y atender a sus grupos de interés y a cualquier personal interesado sobre la actuación de la empresa dentro de este ámbito.

- **Trabajadores:** Abengoa considera a los trabajadores como uno de los grupos de interés más influyentes, por lo que la compañía se centra principalmente en tener un contacto directo, fluido y constante con ellos, para conocer sus problemas y como gestionan el negocio de la compañía.

Abengoa desarrolla encuestas a sus empleados, para que su personal de RRHH analice de forma detenida no solo su trabajo sino también sus inquietudes y motivaciones, al igual que trata de cumplir todas las garantías laborales, para fomentar la seguridad, igualdad y la integridad física de éstos. Permitiendo cumplir los objetivos del Global Compact y las exigencias de la OIT (Convenio nº155,1981).

- **Comunidad:** Como consecuencia de la actividad que desarrolla Abengoa, consistente en el desarrollo energético, provoca grandes cambios medioambientales en las zonas en las que se desarrolla, además de exigir mano de obra básica y rudimentaria, para el desarrollo de las obras.

Para ello Abengoa ha desarrollado la *Fundación Focus Abengoa*, que trata de paliar el daño social que pueda causar dichas obras, además de formar a la población para que sean capaces de trabajar en las plantas y actividades energéticas de la compañía, llevando a cabo actividades como PEYC (personas, educación y comunidad), en la cual se destinan recursos para educación, sanidad, cultura y fomento de una vida saludable de una gran cantidad de personas sin recursos ,ya sea niños, ancianos o mujeres en países como Brasil, Perú o Chile.

- **Clientes:** Uno de los grupos principales para Abengoa son los clientes, que a través de su opinión, encuestas y servicio técnico personalizado trata de descubrir cuál es su satisfacción y la mejora de la empresa que repercutirá en ellos.

- **Proveedores:** Abengoa al ser una empresa tecnológica hace que la participación de empresas de sectores afines y auxiliares sea fundamental, ya que deben ser capaces de proporcionarle los materiales y recursos necesarios para su desarrollo empresarial. La compañía trata de buscar proveedores que dentro del sector energético sean igual de responsables y sostenibles que ella, para ello trata de garantizar estos principios con la firma de Convenios de Responsabilidad Social y el Sistema de Gestión de Gases de Efecto Invernadero, para que al igual que Abengoa informen sobre sus emisiones de CO2 para el cumplimiento *del Caring for Climet*.

- **Accionistas:** El principio de Transparencia junto al de Corrupción son los ejes fundamentales de su Código de Conducta, y han sido defendidos por la compañía en la firma de convenios como el Global Compact y su participación en el FSTE4 Good , gracias a la información veraz y transparente que proporciona.

Aunque la empresa ha tenido buenos resultados hasta el año 2014, en el 2015 y 2016, se ha visto envuelta en temas de insolvencia y precurso de acreedores como consecuencia de impagos tanto a los trabajadores, proveedores, aseguradoras y accionistas. Por lo que se producirá su salida del Ibex 35 el 27 de noviembre de 2016 (Comité Asesor Técnico, CNMV, 2016)⁵.

2. ABERTIS S.A

Abertis Infraestructuras, S.A es una corporación fundada en 2002, dedicada a la gestión de autopistas e infraestructuras de telecomunicaciones. Es una de las entidades de construcción de infraestructuras civiles que mayor crecimiento ha tenido a nivel global, con una fuerte presencia en todo el mundo y con importantes avances tecnológicos en la creación de satélites, cuyo objetivo es reducir la mortalidad en las carreteras. (Web Abertis, 2016)⁶

El Plan Estratégico de RSC que desarrolla la compañía tiene en cuenta una gran variedad de grupos de interés como consecuencia de que la actividad ejecutada por Abertis también es muy amplia, teniendo en cuenta tanto a stakeholders internos como externos, como así se detalla a continuación:

- **Trabajadores:** Abertis es una de las empresas con mayor plantilla a nivel mundial, siendo éstos el eje fundamental de su labor empresarial. Para ello la compañía se ha centrado principalmente en garantizar su seguridad, que tal como se observa en su informe de Responsabilidad Social, se ha reducido el número de accidentes laborales dentro del sector de construcción de autovías y autopistas en un 25% con respecto al año 2014, como consecuencia del cumplimiento de la normativa en seguridad laboral.
- **Comunidad:** Abertis lucha para proteger el medioambiente y sobre todo para reducir el impacto medioambiental que sus construcciones puedan generar en los entornos donde se desarrollan. Para ello, la compañía cuenta con sistemas de gestión, compras y utilización de materiales coherentes con el impacto medioambiental, utilizando materiales que reduzcan los vertidos y la contaminación, y centrándose en materiales biodegradables y reciclados. Esto lo desarrolla a través de su departamento de I+D, con un presupuesto de alrededor de 3 millones de euros, la compañía pretende la innovación en materiales resistentes, con menor coste y con menos peligro medioambiental.
- **Clientes:** Abertis se ha posicionado en el mercado como una de las grandes empresas en la industria satelital como consecuencia de la información que proporciona en las autovías que construye sobre las condiciones del tráfico, gráficos sobre seguridad vial y una constante información sobre los posibles problemas que los conductores pueden encontrar en sus carreteras. Este es uno de los avances más importantes generados por la compañía que le ha supuesto grandes beneficios y muy buenos resultados, con una revalorización de sus acciones de un 15% con respecto al año 2015.

⁵ <http://www.eleconomista.es/mercados-cotizaciones/noticias/7174979/11/15/El-Comite-Asesor-del-Ibex-35-expulsara-a-Abengoa-del-selectivo-el-27-de-noviembre.html>

⁶ <https://www.abertis.com/es/>

- **Sociedad:** Una de las políticas principales que la compañía desarrolla en concepto de RSC, es que trata de proteger a la población y fomentar la seguridad vial. Sobre todo en países como Brasil o Argentina donde existe mayor índice de siniestralidad. (Véase anexo 1).

Por otro lado, Abertis también se interesa por la sociedad y el medio ambiente reduciendo sus emisiones de gases efecto invernadero a mínimos, siendo la principal compañía en conseguirlo, gracias al Sistema de Fusión y Solidificación de materiales, como uno de los sistemas más innovadores de la actualidad. Además recupera el 70% de los materiales utilizados, como el vidrio y acero. (Véase Anexo 2).

3. **ACERINOX.**

Acerinox S. A es un grupo empresarial español que se dedica a la fabricación de aceros inoxidables. Tiene una capacidad de producción de tres millones de toneladas, convirtiéndose el primer fabricante a nivel mundial. (Web Acerinox, 2016)⁷.

Acerinox dentro de su Informe de Responsabilidad Social Corporativa para el año 2015, analiza cual es la relación que mantiene con los distintos grupos de interés con los que se relaciona y analiza las distintas actuaciones y programas que desarrollada, siendo los principales los siguientes:

- **Trabajadores:** Esta compañía defiende la idea de que todo su personal forma una gran familia y como en todas las familias es necesario mantener relaciones constantes y una comunicación para saber cuál es la problemática de cada uno de ellos, en relación con sus puestos de trabajo. Para ello defiende un empleo de calidad, con contratos indefinidos, baja rotación y fuertes incentivos por antigüedad, para crear una *“compañía tan fuerte y resistente como el acero que fabrican”*. Para ello la compañía cuenta con un Sistema de Gestión de Seguridad y Salud, con fuertes campañas de reducción de siniestralidad laboral, además de impartir una gran formación laboral a sus trabajadores. Esta formación, de la cual presume Acerinox en sus Informes de RSC, se centra en preparar al trabajador en nuevas tecnologías y programas informáticos como AutoCAD. Además cuenta con programas de estudios postgrado para trabajadores, con un total de 43 becas para el año 2015 y cursos de idiomas.
- **Proveedores:** Gracias a ellos el sector del acero está teniendo una fuerte expansión y una rápida repuesta a las innovaciones y demandas del cliente. Por tanto, los proveedores son el eje central del Código de Conducta de Acerinox, estableciendo en sus acuerdos el cumplimiento hacia la normativa ISO14001 y 9001, que son convenios de protección del medioambiente, cuyo cumplimiento genera la

⁷ <https://www.acerinox.com/es/index.html>

consideración de empresas sostenibles y respetuosas con el entorno que les rodea. Además cuenta con 59.000 proveedores, siendo la mayoría locales.

- **Clientes:** Basándose en la normativa ISO 9001, trata de ofrecer al consumidor final un producto seguro y saludable. Para ello la compañía se centra en 3 puntos fundamentales.
 - Análisis de riesgos en fábrica
 - Elaboración y distribución de Hojas de seguridad del producto (SDS).
 - Cumplimiento del Reglamento de Registro Evaluación Autorización y Restricción de Sustancias Químicas (REACH, siglas en inglés) cuyo principal objetivo es garantizar un alto nivel de protección de la salud humana y el medio ambiente.
- **Sociedad:** Acerinox puede considerarse como una compañía con un fuerte compromiso con la población, y considera que la generación de valor se debe en parte por compartir valores éticos, principios y costumbres de la sociedad que les rodea, incorporándolos a la misión de la empresa y formando parte de su estrategia corporativa. Por tanto, la premia con campañas de ayuda a los más necesitados, cursos de fotografía y realizando colaboraciones con ONG y fundaciones como Elcano, en prevención de niños soldado y fomento del deporte, con un presupuesto de 165.000 euros para 2015.
- **Comunidad:** Acerinox ha analizado los riesgos y oportunidades derivados de los distintos vectores ambientales, desarrollando herramientas para su evaluación, y tomando decisiones importantes relacionadas con el cambio climático o el ciclo de vida del acero inoxidable, quedando integradas en la estrategia de negocio. Acerinox emplea el Sistema de Gestión Ambiental (SGA) basado en la norma ISO 14001. Dada la actividad llevada a cabo por Acerinox, uno de los factores de mayor importancia en el SGA es el uso eficaz de los materiales y de los distintos recursos. La compañía considera que el uso de agua debe hacerse de forma responsable y evitando el despilfarro, para ello el agua utilizada se somete a diversos tratamientos que permiten la recuperación de su calidad y su posterior reutilización. Además Acerinox forma parte de convenios de prevención de efecto invernadero, tratando de proteger el aire con chimeneas e infraestructuras específicas que eviten gases nocivos. De acuerdo con el programa Climate Action. Fuente: Memoria Sostenibilidad Acerinox (2015).
- **Accionistas:** El capital social se ha elevado de 66 millones a 277 millones en diciembre de 2015 y con unos importantes beneficios que ha provocado que los accionistas obtengan un dividendo flexible de 117 millones repartidos entre ellos. Esto ha hecho que las distintas filiales de Acerinox obtengan también importantes resultados y un crecimiento muy importante. Por lo que la compañía ha permitido campañas de Benchmarking a sus filiales y a empresas proveedoras para que conozcan

la gestión que se está realizando en Acerinox y su fuerte posicionamiento en el mercado.

4. ACS.

Grupo ACS (Actividades para la Construcción y Servicios, S.A) es una compañía española que surge integrada principalmente por Dragados y Construcciones S.A y OCISA. Saliendo a cotizar en la Bolsa española en el año 1990. (Web ACS, 2016).

La Política de Acción Social del Grupo ACS será llevada a cabo tanto por las empresas y filiales del grupo, como por la Fundación ACS, teniendo ambas, convergencia en objetivos, criterios de selección de grupos de interés y una acción conjunta.

- **Trabajadores:** Frente a los cuales la compañía tiene un fuerte compromiso de seguridad e higiene en el trabajo, con programas de concienciación de siniestralidad laboral, con materiales de trabajo de última generación, aparte de programas específicos y personales para maternidad, días para asuntos propios y de ayuda social para trabajadores con cargas familiares.
- **Accionistas:** Actualmente es una de las empresas del Ibex 35 con mejores resultados en cuanto a su cotización, con importantes dividendos que rondan los 114 millones de euros y con la emisión de 3000 millones de acciones nuevas para aquellos accionistas que no cobraron y decidieron comprar nuevas acciones con importantes primas.
- **Comunidad y Medio Ambiente:** Con un presupuesto de 3 millones de euros para el año 2015, construye infraestructuras para el interés de la sociedad en general, centrándose principalmente en escuelas, depuradoras de agua como la realizada en México, y centros sociales para niños y población de tercera edad, como consecuencia de las donaciones realizadas por el 89% de las empresas que componen el grupo.

En 2015, compañías que representan un 89,44% de las ventas del Grupo, han realizado alguna donación filantrópica a fundaciones u organizaciones no gubernamentales. Se han destinado 4,1 millones de euros a estas donaciones, siendo 2.587 el número de personas beneficiadas por estas iniciativas a través de ONG como Nelson Mandela, Banco Mundial de Alimentos y ELA. (Véase Anexo 4).

Además el Grupo ACS ha desarrollado actividades filantrópicas a través de donaciones y aportaciones a instituciones especializadas como las realizadas a fundaciones como Médicos Sin Fronteras, UNICEF y programas específicos a Cruz Roja.

También ha realizado campañas científicas y de patrocinio relacionadas con el agua y la energía en universidades como Complutense de Madrid y Pablo de Olavide.

5. AENA

Aena, S.A. es una sociedad anónima española que gestiona los aeropuertos y helipuertos de interés general del Estado en España (Web AENA, 2016)⁸.

La estrategia de RSC que lleva a cabo AENA se basa en garantizar el cumplimiento de las exigencias de los distintos grupos de interés, entablando relaciones duraderas y garantas con los principios y valores de la sociedad en general. Siendo los siguientes:

- **Trabajadores:** La política de la empresa se ha fortalecido con un aumento de 2000 puestos de trabajo, una mayor igualdad laboral y con programas específicos como horarios flexibles, mayores beneficios por maternidad y su gran novedad, la posibilidad de que parte de la jornada se destine a cuidados de familiares e hijos, a los cuales se han acogido casi 450 trabajadores.
- **Clientes:** Con el fin de ofrecerle un buen trato a los clientes, AENA mantiene un contacto directo con las empresas afines al servicio de transporte aéreo, ofreciendo al cliente en todo momento información sobre los vuelos, posibilidad de servicios vips y aumento de garantías e indemnizaciones en casos de retrasos e incidentes a través del Club Excelencia o Club Ability.
- **Proveedores:** Garantiza que en todas sus relaciones empresariales prevalezcan objetivos de sostenibilidad y responsabilidad empresarial. Para ello, interpone cláusulas de transparencia dentro de sus acuerdos, que garantice que la actuación de sus proveedores es sostenible y responsable. Además mantiene un fuerte contacto con instituciones tanto públicas como privadas para garantizar que los aeropuertos españoles sean de los más eficientes a nivel mundial.
- **Comunidad:** AENA, como empresa líder en el sector aéreo en España, intenta proteger el medioambiente. Para ello, desarrolla campañas e infraestructuras aeroportuarias con los entornos locales, reduce las emisiones de gases de efecto invernadero, minimiza el impacto acústico e impulsa la eficiencia energética, a través del uso de energías renovables.

Para ello, AENA, ha conseguido llevar a cabo el aislamiento de más de 1.000 viviendas, ha realizado estudios topográficos del suelo para evitar el impacto medioambiental y ha realizado evoluciones acústicas y atmosféricas para evitar la contribución de gases de efecto invernadero, adhiriéndose a planes de gestión específicos como ISO 14001 y 9001.

- **Sociedad:** Cuenta con convenios de protección y desarrollo de personas con movilidad reducida para que puedan tener acceso a oportunidades laborales, gracias a su compromiso con la fundación ONCE. Además realiza importantes campañas con Intermon-Oxfam y UNICEF recaudando ayuda para los más necesitados en los aeropuertos.

⁸ <http://www.aena.es/es/pasajeros/pasajeros.html>

6. AMADEUS.

Amadeus es una empresa que trata de proveer de soluciones tecnológicas a la industria de los viajes. Posee el 40% del mercado de las reservas y el 29% del mercado mundial en cuanto a soluciones tecnológicas (TI) para la industria del viaje en el año 2016 (Web Amadeus, 2016)⁹.

Su acción en materia de Responsabilidad Social Corporativa se centra principalmente en desarrollar programas que permitan a los principales grupos de interés con los que se relaciona obtener innovaciones, conocimientos, tecnologías y garantías dentro del mundo del viaje. Siendo los stakeholders de la compañía los siguientes:

- **Trabajadores:** Amadeus intenta ofrecer dispositivos específicos a los proyectos laborales que permitan la formación de trabajadores para su incorporación en sector de los touroperadores. Para ello, ofrece becas al personal reciente de la compañía para su formación, con un total de 3.436 formados.
- **Clientes:** Amadeus ofrece un servicio de atención al cliente las 24 horas del día los 365 días del año, evitando en todo momento cualquier tipo de contratiempo en la organización del viaje. Además es la compañía que más asociaciones tiene con agencias de viaje, permitiendo que el cliente pueda elegir entre una gran infinidad de viajes, con mayor facilidad y rapidez.
- **Proveedores:** Vela en todo momento para que sus proveedores sean garantes con la política de RSC que defiende la compañía. Para ello establece en sus acuerdos, que tanto las agencias de viaje como los servicios de transporte, cumplan condiciones basadas en la reducción de gases efecto invernadero y que en todo momento se garantice un viaje placentero y sin riesgo para los clientes.
- **Sociedad:** Realiza proyectos de formación y aprendizaje en colaboración con instituciones educativas y organizaciones sin ánimo de lucro dedicadas a la educación de los grupos sociales más desfavorecidos.

Para ello ha realizado proyectos de creación de escuelas, programas de fomento del deporte en Europa del Este y sobre todo ha llevado a cabo una colaboración con ONG como Unicef, con proyectos en todo el mundo y con una recaudación en el año 2015 de casi diez millones de dólares.

Amadeus ha realizado importantes campañas de protección y fomento de asilo a los refugiados, para ello ha colaborado con la ONU para llevar ayuda humanitaria a Siria, además de proporcionarle recursos y materiales educativos a 20 niños sirios.

⁹ http://www.amadeus.com/web/amadeus/es_ES-ES/P%C3%A1gina-inicial-de-Amadeus/1259071607814-Page-AMAD_HomePpal

En países como EEUU, la compañía le ha proporcionado a los sin hogar vestimenta, alimento y medicamentos, además de colaborar con el Banco de Alimentos mundial, con una inversión de cinco millones de dólares.

- **Comunidad:** Para ello se ha comprometido a nivel mundial a fomentar viajes reduzcan la emisión de gases de efecto invernadero, mediante el fomento del transporte público. También ha realizado importantes implantaciones en Rusia con 9500 árboles, y en España, está preparando un proyecto junto con el Ministerio de Medioambiente de tratado de residuos de Agua. (Véase Anexo 5).

7. **ARCELORMITTAL.**

Arcelormittal es una compañía que se dedica al sector de la siderurgia, con una plantilla de 500000 trabajadores. Es la única empresa del sector que fabrica acero en España, y lo exporta a nivel mundial (Web Arcelormittal, 2016)¹⁰.

La política de Responsabilidad Social Corporativa que desarrolla la compañía tiene en cuenta a todos los grupos de interés con los que se relaciona, realizada desde su sede central, se expanden por todo el mundo, cuyos ejes son los siguientes:

- **Trabajadores:** La compañía se ha centrado en cumplir todos los acuerdos y convenios internacionales formulados por la OIT, como consecuencia de su presencia a nivel global. Para ello la compañía considera que la salud, seguridad y la formación del personal debe ser lo principal dentro del Código Ético de la compañía.

Arcelormittal, ha desarrollado importantes campañas de concienciación de seguridad y salud en el trabajo, como la “Journey to Zero” la cual trata de reducir el número de accidentes laborales en todo el mundo.

- **Comunidad:** Se centra en el objetivo de reducir vertidos, contaminación y el uso de recursos cada año. Para ello ha desarrollado el programa *Waterlab*, con la implantación de plantas de depuración de agua para evitar el vertido de sustancias nocivas a ríos y mares. Además también ha desarrollado una “*Política Energética*”, cuyo objetivo principal es mejorar la competitividad de la compañía, obteniendo una ventaja con respecto a empresas del mismo sector, como consecuencia de que se está desarrollando el Programa Energyce, cuyo objetivo es reducir el consumo de energía mediante un sofisticado sistema de obtención de energía desarrollado por su departamento de I+D, que trata de evitar pérdidas energéticas mediante la recuperación, provocando importantes bajadas en costes y mejores resultados.
- **Sociedad:** Uno de los principios que rige la compañía desde su fundación es la transparencia, que trata de fomentarla proporcionando una información rápida y eficaz a todas las personas que la reclamen, sobre los movimientos financieros y comerciales de la compañía.

¹⁰ <http://spain.arcelormittal.com/>

Entre una gran variedad de programas, Arcelormittal tiene muy en consideración las comunidades en las cuales actúa, para ello ha creado la Fundación Arcelormittal, que es la encargada de prestar servicios sociales a ancianos, trabajadores jubilados y familiares de los propios trabajadores, proporcionándole asistencia médica, educación y programas culturales, en países como Brasil, Tailandia o Chile, con un presupuesto de 500.000 euros como así aparece recogido en su memoria de Sostenibilidad.

Otra iniciativa llevada a cabo por la Fundación son las “*MINISUBVENCIONES*” que se vienen dando a ONG desde el año 2011 con un presupuesto de 4000€ para el trabajador que decida colaborar con algunas de ellas.

8. BANKIA

Bankia es una entidad financiera con sede en Madrid y Valencia, que fue creada en 2011, que se encuentra en pleno proceso de reestructuración, como consecuencia de cambios en sistema financiero español (Web Bankia, 2016)¹¹.

Esta compañía financiera es considerada como una de las principales entidades españolas. A continuación se detalla la relación y el plan de actuación con respecto a sus grupos de interés:

- **Trabajadores:** Bankia está muy comprometida con sus empleados y con el fomento del empleo, como uno de los objetivos principales de la compañía. Para ello ha realizado la contratación de 712 empleados a través del Servicio Público de Empleo Estatal (SEPE), con un trato igualitario en cuántos hombres y mujeres.

En cuanto a los empleados que operan en la compañía, ha desarrollado los programas: “*Plan Familia y el Plan Escucha Activa*”, consistente en un programa de conciliación familiar y laboral y la posibilidad de obtener créditos asequibles respectivamente. Además ha realizado importantes campañas de Seguridad y Salud, para la detección precoz de enfermedades, donación de sangre y seguros específicos para empleados, con tratamientos subvencionados.

- **Clientes:** Como consecuencia de que determinados productos financieros han sido considerados por los tribunales como una estafa piramidal como es el caso de las preferentes, Bankia se ha centrado en mejorar su imagen corporativa mediante campañas de información exhaustiva hacia éstos, ya que a partir de este momento los clientes que acepten determinados productos, deberán firmar unas condiciones de que tienen conocimiento exacto de lo que están adquiriendo, además de realizar importantes programas de test-encuestas sobre la satisfacción que están teniendo y para resolver los posibles problemas surgidos.

Por otro lado, Bankia ha instaurado en todas sus transacciones importantes sistemas de protección de datos hacia el cliente, como el certificado digital *VeriSing*¹².

¹¹ <http://www.bankia.com/es/>

- **Proveedores:** La entidad prefiere a los proveedores respetuosos tanto con sus empleados, como con la calidad, con el medioambiente y con los derechos humanos. Por tanto evita la contratación con quienes hayan incurrido en algún incumplimiento legal, fiscal, , ambiental, de seguridad o salud laboral. Para ello, Bankia exige el cumplimiento de las leyes y regulaciones de aplicación en los territorios en los que opera y valora positivamente el cumplimiento de los principios del Pacto Mundial, la Declaración Universal de los Derechos Humanos y los convenios fundamentales de la OIT.
- **Sociedad:** Bankia se centra en el apoyo de los más vulnerables y en las personas más desfavorecidas, para ello realiza importantes campañas de sensibilización:
 - Bankia ha aumentado un 16% su inversión social alcanzando los 16,2 millones de euros. Este incremento ha permitido que más de 270.000 personas y 830 fundaciones se hayan convertido en beneficiarios directos de estas ayudas.
 - La entidad realiza acciones a nivel nacional y local, en centros de enseñanza, empresas y en gobiernos regionales sobre cultura y deporte.
 - Bankia dedica un importante esfuerzo al apoyo de la discapacidad, y destina toda la inversión de esta materia a proyectos que facilitan la incorporación laboral y la empleabilidad.
 - Durante 2015, un total de 47 organizaciones de 15 provincias recibieron del banco más de un millón de euros para mejorar las posibilidades laborales de más de 8.400 personas con discapacidad sensorial, física o intelectual o con trastornos mentales.
- **Comunidad:** Bankia ha desarrollado importantes campañas para el fomento de la Eco-eficiencia, con la realización de ayudas a empresas que se dedican a energías renovables, y ha desarrollado programas como Gestión Medioambiental, con el fomento de materiales renovables en sus oficinas y utilización de redes informáticas para la gestión de operaciones.
- **Accionistas:** La web corporativa de la compañía ha recibido casi de 200000 visitas, con una información constante y transparente de las acciones realizadas por la junta de gobierno. Por otro lado, Bankia ha gestionado casi 2000 quejas de distintos ámbitos de la compañía y ha aumentado el capital extranjero en un 112%.

9. **BANKINTER.**

Bankinter es una entidad financiera con sede en Madrid. Forma parte del Ibex 35, cotizando en la bolsa de Madrid. El grupo es formado por Línea Directa y por el 50% de Barclays (Web Bankinter, 2016)¹³.

Bankinter culminó en 2015 el “**Tres en Raya**”, el “*Plan Estratégico de Sostenibilidad*” que puso en marcha en 2012, y establece un nuevo plan con el mismo

¹² https://www.verisign.com/es_LA/website-presence/website-optimization/ssl-certificates/index.xhtml

¹³ <https://www.bankinter.com/www2/particulares/es/inicio/bienvenida>

nombre que ampliará el alcance y profundidad de su Estrategia de Responsabilidad Social para el período 2016-2020. Con los siguientes puntos en relación a sus grupos de interés:

- **Trabajadores:** Bankinter a través de su Fundación trata de promover y garantizar el principio de igualdad entre los trabajadores de su empresa, con una contratación igualitaria y con una atención personalizada a las circunstancias personales de las mujeres ante maternidad, problemas familiares y gestión de sus labores domésticas.
- **Clientes:** Esta entidad les ofrece la posibilidad de desarrollar sus gestiones de forma telemática, siendo los trámites más ágiles y garantizándoles en todo momento la máxima seguridad. Además trata de ofrecer a sus clientes una gran cantidad de productos financieros con importantes rentabilidades y a un coste muy bajo en relación con la competencia.
- **Comunidad:** Bankinter ha sido la primera entidad financiera en inscribir su Huella de Carbono en el Registro de huella de carbono, reducción y compensación del Ministerio de Agricultura, Alimentación y Medio Ambiente.
- **Sociedad:** Trata de apoyar a la fundación LGTB contra la homofobia con la participación en foros y jornadas para promover la no discriminación entre los más jóvenes. También apoya a personas que han sufrido violencia de género, con ayudas a mujeres maltratadas y planes específicos para las mujeres.

Bankinter también ha desarrollado el programa ***“Emprendedores de la Fundación Innovación Bankinter”*** que, de la mano de su filial de capital riesgo, invierte en proyectos emprendedores de alto potencial como las TIC, las tecnologías móviles, las energías limpias, la nanotecnología y la biotecnología.

10. BBVA.

Banco Bilbao Vizcaya Argentaria (BBVA) es una entidad financiera española, considerada como una de las mayores entidades de América Latina y a nivel europeo. (Web BBVA, 2016)¹⁴.

BBVA considera a la RSC como uno de ejes principales de su Plan Estratégico, y por tanto considera que debe ser acorde con su misión y valores, denominándose como “Banca Responsable”, busca una rentabilidad ajustada a los principios y exigencias que establecen sus grupos de interés:

- **Trabajadores:** Trata de crear una gran diversidad e igualdad de oportunidades entre sus trabajadores, evitando la discriminación y fomentando prácticas de seguridad y salud entre ellos, evitando una mala imagen corporativa y transmitiéndose al exterior la idea de *“Familia Bancaria”*. Además, BBVA lleva a cabo importantes campañas de conciliación de la vida laboral y familiar, y fomenta entre sus trabajadores

¹⁴ <https://www.bbva.es/>

campañas de voluntariado, con asociaciones como Víctimas de Terrorismo, Cáritas y Cruz Roja.

- **Clientes:** BBVA considera a los clientes como el grupo de interés más importante, para ello se encarga de establecer relaciones duraderas, generando confianza y aportación de valor. Trata de favorecer a los clientes con productos y servicios de alto impacto social, además de una accesibilidad responsable y segura a sus servicios financieros, con importantes dosis de Transparencia.
- **Proveedores:** La compañía aplica la Política de Compras Responsables que consiste en prestar información de forma completa y transparente de todos los procesos de aprovisionamiento, al igual que desarrolla acuerdos para garantizar el cumplimiento en RSC de sus empresas proveedores.
- **Accionistas :** Garantiza transparencia, veracidad, homogeneidad e inmediatez en la gestión de sus inversiones, al igual que importantes dividendos como los que tiene previstos para el año 2016, de 8 céntimos por acción, que supondrá para la compañía un desembolso de casi 110 millones de euros en la primera tirada.
- **Sociedad, Comunidad y Medio Ambiente:** Al ser uno de los bancos con mayor presencia en Latino América, realiza importantes programas de escolarización y creación de escuelas, además de fomentar la investigación en escuelas y universidades financieras. Por otro lado, cumple de forma muy estricta los convenios de desarrollo de la ONU, en cuanto al respeto de los derechos humanos y reducción de gases de efecto invernadero.

En cuanto a *corrupción y tributación* es uno de los grandes bancos, que aunque tenga una fuerte presencia internacional, tributa casi en su totalidad en España, teniendo importantes deducciones fiscales en su declaración de Impuesto sobre Sociedades, además de realizar una auditoria externa con empresas de gran prestigio.

11. **CAIXABANK**

CaixaBank es una entidad financiera con sede en Barcelona. A 31 de diciembre de 2015, cuenta con 5.228 oficinas, 32.242 empleados y 13,8 millones de clientes (Web CaixaBank, 2016)¹⁵.

CaixaBank considera que la RSC debe formar parte de su Código de Conducta y de su plan de actuación empresarial. Por tanto, está totalmente comprometida con sus grupos de interés realizando las políticas para su satisfacción:

- **Trabajadores:** Se centra en respetar la normativa tanto nacional como internacional (OIT), garantizando en todo momento la diversidad, la no discriminación, la igualdad de oportunidades y sólidos sistemas de retribución y ascenso. Pretende garantizar la

¹⁵ https://www.caixabank.es/prehomer2016_es.html

estabilidad del empleo, mediante la conciliación familiar y la prevención de riesgos laborales.

- **Clientes:** Los sitúa en el centro de su actividad, y como parte fundamental para la creación de valor de la organización. Tiene como objetivo establecer un contacto a largo plazo, para ello ofrece productos adaptados a las necesidades del cliente y un compromiso de transparencia, a través de la supervisión de la Comisión de Transparencia de Productos Financieros.
- **Proveedores:** Caixbank se relaciona con este grupo de interés a través de criterios éticos, ambientales y sociales, consistentes en transparencia en la gestión y contratación, respeto a derechos humanos y laborales y auditorías externas a nivel financiero garantice su empatía con ambos sistemas sociales.
- **Accionistas:** Caixabank trata de garantizar la confianza depositada por pequeños inversores en la mayoría de los casos, por lo que la comunicación, transparencia, trato igualitario y una información veraz y completa es fundamental, desarrollándola a través de Protocolos Internos de Control.
- **Sociedad:** Fundación la Caixa se centra en el desarrollo socioeconómico del territorio, para ello intenta promover la inclusión financiera facilitando la entrada al mercado financiero de personas y PYMES, a través de MicroBank y formación profesional para transmitir la cultura financiera y apoyo al deporte.
- **Comunidad:** Todos sus proyectos, servicios y productos garantizan la protección del medio ambiente, comprometiéndose a su conservación. Para ello Caixabank ha desarrollado políticas sostenibles, como participación en Eco-empresas e intenta desarrollar una cultura sostenible dentro de la compañía (“EcoCaixa”) con colaboraciones de clientes para reforestar zonas tropicales y participando en iniciativas internacionales como Principios de Ecuador o Carbon Disclosure.

Para el cumplimiento de dichos objetivos, Caixabank cuenta con el control que ejerce el Consejo de Administración que proporciona los medios, recursos y herramientas necesarias para su consecución y además cuenta con el Comité de Responsabilidad Corporativa y Reputación que es el encargado de implantar la estrategia de RSC.

12. **DIA.**

DIA (Distribuidora Internacional de Alimentación) es un grupo de distribución español. Se encuadra dentro de la fórmula comercial de tienda de descuento y sigue una política de reducción de precios mediante la disminución de costes, simplificando el establecimiento y su gestión (Web Día, 2016)¹⁶.

¹⁶ <http://www.diacorporate.com/es/>

Día dentro de su memoria de RSC sigue de forma muy rigurosa las recomendaciones de la CMNV y el cumplimiento de la normativa de Naciones Unidas. La relación con sus grupos de interés es la siguiente:

- **Trabajadores:** Día considera que debe aprovechar el talento de éstos, para ello dedica 1.14 millones de horas a la formación en los siete países en los que opera. Además ha desarrollado el Plan de Integridad e Igualdad a través de la colaboración con ONCE para contratar a personas con discapacidad, recibiendo el Premio Creación de Empleo.
- **Clientes:** Día trata de adaptar su oferta comercial a las necesidades actuales del cliente, teniendo como idea principal precios y vida saludable. Para ello es uno de los supermercados que ofrece productos de primera calidad a un precio considerablemente bajo. Además se ha comprometido a reducir hasta un 30% los azúcares de sus refrescos y ofrece productos especiales para celíacos y diabéticos.
- **Accionistas:** Al igual que las grandes empresas españolas, como consecuencia del fuerte control que realiza CNMV, la transparencia es el eje fundamental de su relación con este grupo de interés, siendo el principio fundamental de su Código de Conducta. Para ello ha tomado como referencia los criterios **GRI**, para detallar su actuación en sus memorias financieras y sostenibles, ofreciendo una información veraz y clara.
- **Proveedores:** El 87% de los proveedores que trabaja con Día son locales del país donde opera. Además la compañía trata que la mayoría de ellos cumpla el Pacto de la ONU Global Compact, estando adheridos el 96% de ellos, y eliminado los proveedores de bazar y textil que utiliza mano de obra infantil.
- **Sociedad y Comunidad:** Día considera que la relación con el entorno que les rodea y las personas que forman parte de la sociedad donde desarrolla su actividad son primordiales para la compañía. Para ello, la compañía tiene los siguientes objetivos:
 - Grupo Árbol: Colabora desde 2009 con el Banco de Alimentos de España, proporcionándole recursos y alimentos necesarios para la ayuda de los más desfavorecidos y la Fundación Tehodora con ayudas a menores con riesgo de exclusión social.
 - Cálculo de la Huella de Carbono: En la mayoría de sus establecimientos se cuenta con la garantía de Energía Verde.
 - Implantación del Plan Antifraude en Portugal y en España, a través de tributación respetuosa y adecuada a la normativa.

13. **ENAGAS.**

Enagás, S.A. es la principal compañía de transporte de gas natural en España y Gestor Técnico del Sistema Gasista español. (Web Enagas,2016)¹⁷.

¹⁷ <http://www.enagas.es/enagas/es/Sostenibilidad>

Enagas es una de las principales empresas del Ibex 35 con mayor implicación dentro de la RSC, por lo que es un referente en este ámbito. Es miembro de *DJSI*, *FSTE4Good*, *Pacto Mundial de Naciones Unidas*, *Carbon Disclosure Project* y reconocida en 2010 por la UE como una de las empresas más sostenibles.

Su relación con los grupos de interés es la siguiente:

- **Trabajadores:** Enagas se centra en desarrollar un proyecto de gestión de personas, orientado al desarrollo del conocimiento y del potencial como del fomento de la conciliación laboral y familiar. Para ello la compañía ha aprobado el “*Plan Igualdad*”, para evitar la discriminación; “*Empresa Familiarmente Responsable*” y “*Escuela Formación de Enagás*” con más de 21 curso, 180 alumnos y formadores internos.
- **Clientes:** Tiene un compromiso constante por el mantenimiento de la calidad de sus productos, con una mejora continua, gracias a la Certificación ISO9001, para todos sus procesos. Además cuenta con un programa continuo de encuestas y seguridad de productos instalados.
- **Proveedores:** Su aportación a la RSC se centra en relaciones beneficiosas y a largo plazo, que permita un suministro constante de bienes y servicios y seguridad laboral en las contrataciones. Para ello desarrolla “*Proveedores Integrados*”, cuyo objetivo es que éstos también sean sostenibles mediante la utilización de criterios de RSC.
- **Accionistas:** Una relación basada en la transparencia y comunicación fluida, con múltiples cadenas de diálogo, gracias a un Gobierno Corporativo permanente y un Código de Gobierno basado en la normativa española e internacional.
- **Sociedad:** Enagás desarrolla el “*Modelo de Acción Social*”, para garantizar el cumplimiento de las necesidades y expectativas de la comunidad. Desarrollando actividades en zonas donde desarrolla su labor, con el fomento de la educación, deporte y cultura de los más desfavorecidos y con contrataciones a través de servicios especiales de empleo.
- **Comunidad:** Lucha por la protección del entorno y la biodiversidad. Para ello ha desarrollado el “*Plan Estratégico de Prevención y Medio Ambiente*” al igual que el “*Plan Ahorro y Eficiencia Energética*”. El objetivo del primero es captar inversión para zonas más perjudicadas naturalmente hablando y el segundo es realizar una mejora en la eficiencia energética con mayores infraestructuras, implantación de nuevas tecnologías y el fomento de conductas eficientes.

14. **ENDESA.**

Endesa es una empresa española que opera en el sector eléctrico y gasístico. Actualmente es propiedad en un 70% de la italiana ENEL, estando el resto en manos de inversores y accionistas privados. (Web Endesa,2016)¹⁸.

En el año 2015, el Consejo de Administración de Sostenibilidad de Endesa ha reformado su política de RSC, para considerarlo como un objetivo primordial dentro de la compañía. Entre sus principales ejes de actuación con sus principales grupos de interés son los siguientes:

- **Trabajadores:** Trata de buscar en cada momento la creatividad, la participación y la igualdad de sus trabajadores. Para ello ha desarrollado programas de conciliación familiar, del cual se han beneficiados casi 800 trabajadores, y trata de fomentar la involucración en la empresa, con fuertes incentivos, retribuciones a medida y seguridad e higiene en el trabajo.
- **Clientes:** Endesa busca principalmente la excelencia en la atención hacia el cliente, para ello la compañía trata de ofrecer unos productos personalizados a las necesidades de éstos, garantizando en todo momento la calidad, seguridad y fiabilidad. Además la compañía cuenta con un servicio 24 horas, la posibilidad de acceder a técnicos especializados e importantes rebajas en la factura para clientes con necesidades económicas desfavorables (*“Plan Social”*).
- **Accionistas:** Endesa es considerada en el año 2015 como la empresa más rentable dentro del sector; como consecuencia de una creación de valor constante, por el diálogo con las Administraciones Públicas que provoca que tenga un fuerte respaldo dentro de la sociedad; y sobre todo por la transparencia transmitida considerada como el eje fundamental de la cultura ética de la compañía.
- **Sociedad:** Endesa trata de mantener un diálogo constante y duradero en la sociedad en la que actúa para ofrecerle un servicio de primera calidad. Proporciona electricidad, como suministro básico, a todos los lugares donde se encuentra, siempre velando por una energía sostenible y económica. Además la cultura ética de Endesa se basa principalmente en cumplir las necesidades de todos sus clientes y garantizando una red de electricidad continúa.
- **Medio Ambiente:** Endesa considera como criterio permanente y básico la evaluación y gestión de los efectos medioambientales de sus actividades. Para tratar de ofrecer una electricidad respetuosa con la naturaleza. Para ello se ha adherido a *“Planes Water Disclosure y Leadership”*, para evitar la contaminación de agua y reducir las emisiones de Carbono.

15. FCC (Fomento Construcciones y Contratas).

¹⁸ <https://www.endesa.com/es/sostenibilidad.html>

Fomento de Construcciones y Contratas, S.A. (FCC) es un grupo empresarial español, especializado en servicios ciudadanos. FCC es la matriz de uno de los mayores grupos europeos de infraestructura y servicios públicos, tanto por volumen de cifra de negocios, como por rentabilidad. (Web FCC, 2016)¹⁹

FCC puede ser considerada como una de las empresas más sostenibles y con mayor transparencia a la hora de informar sobre sus hitos dentro de la RSC. Se centra principalmente en satisfacer a los siguientes grupos de interés:

- **Trabajadores:** Garantiza en todo momento que sus trabajadores reciban las medidas de seguridad adecuadas, a través de férreos controles de seguridad tanto a nivel interno, por parte de la empresa como por instituciones públicas. Esto se ha plasmado principalmente en la obras del metro de Riad, considerada como una de las obras de ingeniería principales en el mundo. Por lo que es una de las empresas más galardonadas, gracias a los acuerdos con Mapfre, Fesvial y Ministerio de Fomento.
- **Clientes:** Son principalmente países, con los que a través de concesiones administrativas, les proporciona infraestructuras majestuosas, empleando las últimas tecnologías y los diseños más modernos y seguros, como consecuencia de fuertes controles de seguridad e informes topográficos, que permiten que los ciudadanos de los respectivos países en los que operan, puedan utilizar infraestructuras civiles seguras y actuales.

Proveedores: FCC emplea el sistema “Sourcing” basado en compras de materiales, siendo uno de los sistemas más eficientes, garantizando en todo momento la calidad de los productos. Gracias a este sistema la compañía se asegura que los materiales empleados cumplen con todos los controles de seguridad.

- **Comunidad:** Como consecuencia de ser una de las compañías con mayor presencia dentro del sector de los residuos, tanto en Reino Unido, España o EEUU, se ha centrado principalmente en reducir las emisiones de CO2 con la adquisición de nueva maquinaria, recursos híbridos y potenciar el reciclado y recuperación de residuos. Por otro lado, la compañía ha decidido prestar apoyo al sector del I+D para generación de materiales más beneficiosos para el entorno y evitando desastres naturales, con una inversión de 2 millones de euros.
- **Sociedad:** Intenta satisfacer a este stakeholders a través de FCC Aqualia, que es una filial de la compañía dedicada al control y la gestión de la calidad de agua, mediante su tratado para devolverla a la naturaleza de la forma más adecuada y beneficiosa posible. Para ello la compañía ofrece plantas de tratamientos, servicios de control, obras hidráulicas y servicios de operación.

16. Ferroviario.

¹⁹ <http://www.fcc.es/es/principios>

Ferrovial es una empresa multinacional que opera en el sector de las infraestructuras, a través de cuatro divisiones: Autopistas, Aeropuertos, Construcción y Servicios. Tiene presencia en quince países. (Web Ferrovial, 2016)²⁰.

Ferrovial relaciona su estrategia de RSC con la Estrategia de Negocio para conseguir tanto objetivos económicos como sociales y medioambientales, plasmados en el “*Plan Estratégico de RSC Ferrovial*”. Sus directrices principales sobre sus grupos de interés son las siguientes:

- **Trabajadores:** Ferrovial fomenta el respeto a la intimidad y confidencialidad de sus empleados a través de un espacio personal en la red, donde se les comunica cualquier cuestión de su relación con la compañía. Además trata de crear una idea de permanencia, fomentando la relación con los empleados, a través de encuestas y sesiones individuales para cada uno de ellos, sobre todo para fomentar el talento dentro del grupo.
- **Clientes:** Procura un nivel de satisfacción máximo, anticipándose a sus necesidades, mediante un canal de comunicación directo de denuncias y sugerencias y a través de encuestas de satisfacción. Trata de velar por la privacidad y resolviendo las reclamaciones de la forma más personal y específica posible.
- **Comunidad:** Ferrovial realiza una fuerte aportación al desarrollo de la sociedad y el entorno, gracias a su “*Plan 20.16*”, cuyas líneas de actuación principales se centra en programas específicos en materia de Medio Ambiente. Entre ellos destacaba la Huella de Carbono que trata de reducir la emisión de gases de efecto invernadero dentro de sus industrias siderúrgicas, y Huella Hidráulica, mediante la utilización de un 80% de agua reciclada y Eficiencia Energética.
- **Sociedad:** Desarrolla una actividad basada en la construcción de infraestructuras sociales, como escuelas, puentes de acceso a centros comerciales y parques en grandes ciudades, como los de Madrid y Santander, y la Rehabilitación de Edificios de alto contenido cultural y sanitario como museos y hospitales.

Por otro lado, Ferrovial es pionera en las denominadas *Ciudades Inteligentes*, cuyo objetivo principal es ofrecer al ciudadano un servicio completo en cuanto a tráfico, servicios comerciales y sanitarios y la posibilidad de acceso a lugares de repostaje con una eficiencia muy alta, a través de información que proporciona en autopistas y autovías y a las App que desarrollara para el año 2017. Estos proyectos se están realizando en ciudades como Málaga o Roma.



sus

²⁰ <http://www.ferrovial.com/es/>

17. Gamesa.

Gamesa originariamente Grupo Auxiliar Metalúrgico S.A., es una española de nuevas tecnologías aplicándolas en actividades emergentes como: robótica, microelectrónica, medioambiente o materiales compuestos. Es líder en España y está situada entre los primeros fabricantes de aerogeneradores a nivel mundial. (Web Gamesa, 2016)²¹.

La política de RSC, que desarrolla la compañía, se plasma en el programa “*Director RSC 2015-2017*” cuyos objetivos principales teniendo como referencia a sus grupos de interés son los siguientes:

- **Trabajadores:** Trata de respetar los derechos humanos y laborales reconocidos en las distintas legislaciones, rechazando el trabajo forzado, trabajo infantil y fomentando la libertad de asociación y negociación colectiva. Entre sus proyectos laborales destaca la igualdad de oportunidades, la no discriminación y conciliación personal y laboral, además de velar por un trabajo seguro y saludable.
- **Clientes:** Les ofrece productos y servicios innovadores, ajustados a sus necesidades y en los cuales emplea la última tecnología en robótica e ingeniería. Evita productos fraudulentos e ilegales, gracias al cumplimiento exhaustivo de la normativa tanto nacional como internacional.
- **Comunidad:** La compañía está desarrollando proyectos tecnológicos para evitar desastres medioambientales con dispositivos de detección de incendios, propagación de plagas y sistemas informáticos para la prevención de seísmos y catástrofes naturales.
- **Sociedad:** Gamesa fomenta el título de empresa sostenible y responsable de la sociedad, realizando proyectos de robótica, electrónica y física en universidades españolas como la de Barçelona o Bilbao, además de garantizar el bienestar social, con avances tecnológicos en el sector de la geriatría y servicios sociales.

18. Gas Natural Fenosa.

Gas Natural Fenosa es un grupo multinacional español, que se dedica a la comercialización de gas natural. Cuenta con una potencia instalada de 15,5 GW y un sistema de electricidad diversificado. (Web Gas Natural Fenosa, 2016)²².

El Plan Estratégico de RSC que define a Gas Natural, se engloba dentro del “*Modelo de Gestión del Código Ético*”, estableciendo como principales principios la prevención delitos y fraude, garantía de Derechos Humanos y garantizar un servicio de confianza y

²¹ <http://www.gamesacorp.com/es/sostenibilidad/>

²² <http://www.gasnaturalfenosa.com/es/1285338501612/inicio.html>

duradero al cliente. Sus principales grupos de interés y la gestión de éstos se detallan a continuación:

- **Trabajadores:** Proporciona a sus empleados formación y oportunidades de desarrollo profesional, a través del Programa “*Capacitas y Aflora*” para la integración laboral de personas con discapacidad o sin recursos, por lo que actualmente cuenta con un 2% de discapacitados en la plantilla.
Además fomenta la posibilidad de participar en un programa de movilidad interna a través de sólidos programas de formación de 57 horas al mes para todos sus empleados y garantiza la seguridad y salud en el trabajo con el “*Plan de Compromiso*”, en el cual se desarrollaron 118.000 actuaciones para el año 2015 y un descenso de los accidentes de trabajo de un 25%.
- **Clientes:** Gas Natural Fenosa considera al cliente como el centro de sus operaciones, les ofrece un servicio seguro y eficaz, productos y servicios innovadores que promuevan la eficiencia energética y tecnología novedosa. Para ello la inversión en innovación fue de catorce millones en 2015.
- **Proveedores:** Establece relaciones comerciales duraderas, estables y de confianza, con 5.000 proveedores que garantizan sus criterios ambientales y sociales. Cuenta con proveedores locales que suponen el 93% del total y está adherida a Bettercoal, una iniciativa internacional a nivel europeo, que trata de garantizar la compra y gestión responsable del carbón.
- **Comunidad:** Gas Natural Fenosa cuenta con un *mix de generación* diversificado y respetuoso con el medio ambiente. El 82% de sus instalaciones son energías renovables, y sus emisiones de CO₂ a la atmósfera se han reducido en un 60% en la última década.
Además la compañía tiene un férreo compromiso con la biodiversidad mediante una gestión ambiental preventiva y el desarrollo de actuaciones de restauración , rehabilitación y conservación de espacios naturales.
- **Sociedad:** Participa en actividades de patrocinio, mecenazgo y acción social. Con la participación de más de ochocientos mil niños y setecientos setenta mil adultos en sus programas de innovación social. Además ha intervenido en la creación de centrales hidráulicas en Uganda y Haití evitando la pobreza energética.

19. **GRIFOLS**

Grifols S.A es una empresa multinacional española especializada en el sector farmacéutico y hospitalario, constituye la tercera mayor empresa del mundo en el sector de hemoderivados y suministros a hospitales, y la primera en Europa.(Web Grifols, 2016)²³.

²³ http://www.grifols.com/es/web/spain/our_company

Esta compañía tiene un fuerte compromiso social con los pacientes, donantes y empleados con los que se relaciona, para ofrecer un servicio de primera calidad y garantizar en todo momento la salud del paciente. Por tanto Grifols, mantiene una relación constante con los hospitales que colabora y de acuerdo a su Memoria de Sostenibilidad, las líneas de actuación con sus principales grupos de interés son las siguientes:

- **Trabajadores:** Grifols defiende los principios de seguridad y salud laboral, para ello cuenta con programas y criterios de prevención y garantía social, además de la participación con empresas colaboradoras.

Cuenta con la Certificación OSHAS 18000, consistente en un programa de seguimiento continuado de planificación técnica y organizativa cuyo objetivo principal es controlar la salud de los trabajadores expuestos a químicos, reactivos y enfermedades, y además cuenta con Programas de Formación y Seguridad de trabajadores para que adquieran conocimientos para la utilización de la última tecnología, así como la utilización de los sistemas de seguridad en sus instalaciones para evitar cualquier tipo de contratiempo.

- **Sociedad y Clientes:** Grifols, cuenta con varias fundaciones con objetivos diversos:
 - *Víctor Grifols i Lucas:* Su misión principal es promover la bioética mediante el dialogo entre especialistas, se encarga principalmente de publicar y adaptar las investigaciones médicas de cualquier área en el sector sanitario. Para ello impulsa becas de investigación, seminarios, jornadas y colabora con universidades para que en todo momento se avance en el sector de la salud humana.
 - *Fundación Probitas:* Se centra en proporcionar recursos sanitarios a zonas del mundo donde existe escasez. Para ello fortalece los servicios de salud, lleva a cabo campañas de vacunación, proyectos de bancos de sangre y emprende acciones en caso de catástrofes.
 - *Fundación José Antonio Grifols Lucas:* En EEUU y España, cuya misión se centra en proporcionar ayudas para la educación, salud y promover el bienestar en comunidades y en entornos donde se necesitan recursos como plasmas, medicamentos o campañas de desintoxicación.

- **Comunidad:** Grifols está adherida al sistema ISO14001, que determina que se está cumpliendo la normativa ambiental y que consta con un comité encargado de aplicar los objetivos que la legislación reclama por parte de las compañías.

En cada una de sus Memorias de Sostenibilidad, Grifols, establece cuál es su impacto medio ambiental, e intenta reducirlo a través de la eliminación adecuada de residuos, minimización de gases efecto invernadero y establecimiento de medidas de protección para la conservación de los espacios naturales.

20. IAG (Iberia).

International Consolidated Airlines Group, S.A., es una compañía Holding que resulta de la fusión de Iberia LAE y British Airways, que se realizó en 2011. Esta

sociedad factura 22850 millones de euros, estableciéndose como el sexto grupo de aerolíneas más grande del mundo y el tercero en Europa. (Web IAG, 2016)²⁴.

IAG como una las compañías áreas con mayor relevancia a nivel internacional, desarrolla una férrea política en RSC, cuya estrategia se desarrolla en los siguientes puntos:

- **Trabajadores:** IAG ha ido reduciendo su plantilla mediante ERES, con una reducción del 12% desde 2012, debido a su política de organización más eficiente. Desarrolla una política laboral basada en contratos indefinidos e igualdad de trato y de oportunidades, por ello la compañía cuenta con un 2% de empleados con discapacidad y una sólida corporación sindical en defensa de los intereses de los trabajadores.
IAG también ha desarrollado el “*Plan Futuro de Iberia*” que pretende una comunicación interna fluida y con un control de solución de problemas, para ello los directivos se comunican con personal de menor escala jerárquica produciendo un feedback.
- **Clientes:** Con respecto a este grupo de interés, IAG ha desarrollado una política de sostenibilidad de productos consistente en la posibilidad de acceso a tarjetas de IAG con importantes descuentos, la reducción del tiempo medio de espera, aumento de peso de equipaje, kioscos check-in con zonas Wifi, cambio de billetes gratis y la posibilidad de acceder a una nueva clase turista con mejores servicios.
- **Proveedores:** IAG ha implantado en su sistema de gestión con proveedores la herramienta informática GICO cuyo objetivo es facilitar la gestión y el control de actividades empresariales, para garantizar una coherencia con la gestión de Iberia y garantizar la normativa de Seguridad e Higiene denominada SH-203.
- **Comunidad:** La compañía trata de garantizar en todo momento que la emisión de gases de efectos invernadero , al igual que la utilización de combustibles fósiles sea mínima. Para ello IAG está utilizando actualmente bio-fuels en la mayoría de sus aviones, para reducir el impacto del queroseno, mediante cultivos energéticos de algas y camelias. Aunque la emisión de carbono ha aumentado, por lo que se han tomado medidas como cambio de aviones y mejoras en los servicios de aeropuertos, cumpliendo el *Protocolo de Kioto*.

Por otro lado, la compañía a través de la *Fundación Migres*, trata de proteger las aves mediante la reintroducción de especies, garantizando la calidad del aire y además lleva a cabo una depuración importante de agua y control exhaustivo del ruido cumpliendo la normativa 100%. Los gastos en conservación del medio ambiente se elevaron a nueve millones en 2015.

- **Sociedad:** Iberia está comprometida con los *Objetivos de Desarrollo del Milenio de Naciones Unidas*, para desarrollar una acción social que contribuya de manera directa o indirecta a su consecución. Para ello colabora con la Organización Nacional de Trasplantes para conseguir rapidez y eficacia; Unicef que junto con Amadeus destinó 500

²⁴ <http://www.es.iairgroup.com/phoenix.zhtml?c=240950&p=index>

mil euros en campañas de vacunación; Mano a Mano para evitar los niños soldado y Envera para ayudar a niños con problemas mentales entre otros actos de filantropía.

21. Iberdrola.

Iberdrola S.A es una empresa española, cuya sede se encuentra en Bilbao. Es un grupo empresarial dedicado a la producción, distribución y comercialización energética, especialmente en el sector eléctrico. En la actualidad opera en 42 países, cuenta con 31.000 empleados y presta servicio a casi 33.000.000 de clientes en todo el mundo (Web Iberdrola, 2016)²⁵.

Iberdrola pretende con su estrategia de RSC la creación de valor para el conjunto de la compañía, para ello ha aprobado las “*Políticas Corporativas*” que permitan entablar una buena relación con los grupos de interés, centrándose en las siguientes premisas:

- **Trabajadores:** Trata de fomentar la igualdad de oportunidades y la conciliación familiar de sus empleados, con contratos duraderos, garantías sociales y respeto a los Derechos Humanos. Además desarrolla programas de integración de colectivos desfavorecidos, una promoción interna favorable y una formación continua para sus empleados.
- **Clientes:** Su objetivo principal es ofrecerle las mejores soluciones, defendiendo un mercado de libre competencia. Para ello cumple con la normativa en marketing y comunicación, garantiza un ciclo duradero de los productos que comercializa mediante revisiones gratuitas y seguros de gas y electricidad, y ayuda a los más necesitados con facturas a medida para luchar contra la pobreza energética.
- **Accionistas:** Iberdrola garantiza en todo momento una información veraz, transparencia en la gestión y cumplimiento estricto de sus estatutos. Para ello cuenta con auditorías externas, políticas de comunicación y la “*Guía del Accionista*” donde puede comprobar en todo momento la situación económica y financiera de la compañía.
- **Proveedores:** Para Iberdrola es fundamental mantener una relación duradera que permita la creación de valor, para ello desarrolla unas prácticas responsables en la cadena de suministro y la firma del “*Código Ético del Proveedor*”, que garantice un proveedor responsable.
- **Comunidad y Sociedad:** Las considera como parte de su Misión y Visión, por lo que destina importantes recursos a conseguir energías limpias, investigaciones para la gestión de residuos peligrosos y sistemas de limpieza, además de permitir una protección de la diversidad paisajística. Además Iberdrola está muy concienciada con la cultura y necesidades de las distintas comunidades, realizando importantes campañas de patrocinio, foros multiculturales, suministro ininterrumpido y subvenciones para adquirir Eco-energías.

22. Inditex.

²⁵ <https://www.iberdrola.com/>

Inditex S.A., acrónimo de Industria de Diseño Textil Sociedad Anónima, es un grupo multinacional de fabricación y distribución textil. Inditex posee más de 150 mil empleados y opera a través de más 7000 tiendas repartidas por todo el mundo bajo sus marcas principales Zara, Zara Home, Massimo Dutti, Pull & Bear, Bershka, Oysho, Uterqüe y Stradivarius (Web Inditex, 2016)²⁶.

El proyecto de RSC que desarrolla Inditex se encuentra plasmado en su Código de Conducta, donde se establece las distintas acciones y relaciones que desarrollada con sus grupos de interés, resumidas en los siguientes puntos:

- **Trabajadores:** Inditex cumple de manera estricta la normativa laboral aplicable en cada uno de sus establecimientos al igual que en sus instalaciones. Entre sus principios destacan la no empleabilidad de menores de 16 años, la no discriminación por cualquier tipo de razón, la prohibición del trabajo forzado y abusos sexuales. Además garantiza un salario digno, el cumplimiento de los convenios laborales y cumplimiento del horario legalmente establecido.
- **Clientes:** Se compromete a ofrecerle un estándar de calidad, excelencia, salud y seguridad en los productos, siendo elaborados de forma responsable y ética. Para ello emplea a 1.500 profesionales encargados en I+D, en busca de nuevos materiales y con controles exhaustivos de calidad. De igual forma dispone de importantes medios de reclamación, y colabora con laboratorios de referencia.
- **Accionistas:** Busca la viabilidad del negocio, así como la maximización de valor de la empresa, a través políticas financieras basadas en la transparencia. Se posiciona como la principal compañía textil a nivel mundial, con importantes dividendos, alcanzando la cifra de 100 millones de euros en 2015.
- **Proveedores:** Inditex obliga a cumplir en sus contratos su Código de Conducta con Fabricantes y Proveedores al igual que el Acuerdo Marco “*Industrial Global Union*”, consistente en proveedores textiles responsables con el medio ambiente Además emplea Clusters duraderos, repartidos por todo el mundo, centrándose en zonas con mayores tasas de desempleo y países emergentes.
- **Sociedad:** De forma complementaria al impacto generado por su actividad, Inditex desarrolla programas sociales focalizándose en educación, empleo y ayuda humanitaria. Para ello en 2015 invirtió 45 millones de euros en la lucha contra la pobreza y suministros sanitarios, a través de la colaboración con Médicos sin Fronteras y desarrollando el programa “*Ayudas a Rana Plaza*” consistente en proporcionar ropa a través de Cáritas y Cruz Roja.
- **Comunidad:** Inditex también desarrolla una política medioambiental basada en la protección de la



²⁶ <http://www.inditex.com/es/sustainability>

biodiversidad y protección medioambiental, con el “*Plan Sostenible (2011-2015)*”, mediante el empleo de técnicas innovadoras como la certificación *LEED* (Construcción Sostenible) en todas sus tiendas, consistente en eficiencia energética en iluminación y reciclaje de materiales.

Además ha desarrollado el programa “*Plan Maestro del Agua y Vertido Zero*” para concienciar sobre el reciclaje de agua y sistemas de ahorro, englobado en el proyecto *CEO Water* de la ONU.

23. INDRA.

Indra es una empresa multinacional española que ofrece servicios de consultoría, en temas de transporte, energía, defensa, servicios financieros, telecomunicaciones y servicios del sector público. Es una de las principales a nivel europea en este sector y la segunda empresa que más invierte en I+D, con una inversión de 184 millones de euros en el año 2015 (Web Indra, 2016)²⁷.

Indra considera a la RSC como una forma de garantizar su estabilidad, por ello forma parte de los principales índices de sostenibilidad en materia de RSC. Su política de actuación se detalla en los siguientes puntos:

- **Trabajadores:** Indra requiere profesionales con sólidos conocimientos en tecnología y en industrias claves, para llevar a cabo una correcta gestión de sus clientes. Para ello, Indra ha invertido en un millón de horas de formación en 2015, con planes de Movilidad tanto nacional como internacional para captar las nuevas tendencias tecnológicas y además considera que la motivación y la implicación en la empresa son fundamentales, por lo que establece horarios flexibles, conciliación familiar y programas de voluntariado tanto para formación como para colaboración con otras entidades.
- **Clientes:** Indra sostiene que el cliente es clave, siendo el principal benefactor de todas sus acciones. Por lo que la compañía se ha adherido a la normativa ISO 9001, empleando una comunicación segura, conocimiento y compromiso hacia el cliente y ofreciéndole un sistema de garantía post venta reconocido a nivel mundial. Emplea tecnologías de la información novedosas y seguras, garantiza la confidencialidad del cliente y ofrece fuertes controles en las operaciones. Para esto la compañía ha invertido 152 millones de euros en tecnologías móviles y productos de seguridad.
- **Sociedad:** Una idea que sostiene la compañía es que el Sector Tecnológico debe ser aliado con el “*Sector Social*”, contribuyendo en proyectos sociales, como integración de desfavorecidos, personas con discapacidad y fomentar empleo entre jóvenes.

También ha desarrollado proyectos como donación de tecnologías como Smartphone, portátiles y medios digitales; ha invertido en Cátedras universitarias ofreciendo

²⁷ <http://www.indracompany.com/>

recursos para la investigación; y el proyecto “*Pro Bono*” formando a entidades no lucrativas en la gestión de la tecnología para un funcionamiento más eficiente.

- **Comunidad:** Indra está adherida a ISO 14001 como normativa de referencia para garantizar una organización sostenible con el medio ambiente mediante el empleo de prácticas Eco-Eficientes. Asimismo, cumple con el marco normativo de RSC de la UE, mediante la reducción de emisiones de CO2 de hasta un 25%, empleando energía sostenible y publicando una información veraz y auditada de todos sus proyectos respetuosos con la naturaleza.

24. **JAZZTEL.**

Jazztel es una marca que pertenece al grupo de telecomunicaciones Orange España, que ofrece telefonía fija, móvil, televisión (Orange TV) e internet (fibra y 4G) en España (Web Jazztel , 2016)²⁸.

La RSC de la compañía Jazztel se basa principalmente en los principios de Velocidad, Escucha, Innovación, Servicio, Equipo Multidisciplinar y Rigor en el tratamiento de sus relaciones. Por tanto su relación con los grupos de interés es la siguiente:

- **Trabajadores:** El capital humano es fundamental para esta compañía de telefonía, para ello apuesta con ayudas a estudios, cursos de formación y posibilidades de promoción interna, siendo un aspecto muy motivador. Intenta fomentar la participación de todos en la empresa, para sacarle el máximo partido a la creatividad y conciliación de la vida profesional y familiar.
- **Clientes:** Jazztel debido una cartera de clientes amplia se centra no solo en captar clientes sino en mantenerlos. Por tanto realiza una atención personalizada dentro del ámbito doméstico, con información detallada, servicio técnico y resolviendo dudas y problemas. Para ello, emplea canales de comunicación con los clientes a través de su página web o encuestas trimestrales.
- **Proveedores:** Jazztel basa la relación con sus proveedores en una relación duradera y estable, basada en el buen trato y garantizando en todo momento un suministro constante y correcto, que repercutirá al final en el cliente
- **Sociedad:** Durante 2014 y 2015, Jazztel ha destinado importantes recursos económicos a donaciones y patrocinio para distintas fundaciones, como Bomberos Unidos sin Fronteras, Cruz Roja, Feria del Libro y en proyectos de Integración y Fomento del Empleo para personas desfavorecidas o en riesgo de exclusión social. Siempre con la idea en erradicar el hambre, ayudar a personas con enfermedades y erradicar el analfabetismo y absentismo escolar.

²⁸ <https://www.jazztel.com/>

- **Comunidad:** Jazztel considera como objetivo prioritario la actividad medioambiental. Para ello, ha realizado campañas de conservación de árboles y gestión de agua, con un ahorro de 280 toneladas en papel. Además la compañía realiza un protocolo de actuación para tratamiento de equipos y reducción de gases de efecto invernadero.

25. **MAPFRE.**

Mapfre es una empresa multinacional española dedicada al sector del seguro y reaseguro, con presencia en 50 países (Web Mapfre,2016)²⁹.

La actividad en RSC que desarrolla Mapfre se basa principalmente en los objetivos de garantía, protección y transparencia en la gestión. Esto repercute en la relación con sus grupos de interés de la siguiente forma:

- **Trabajadores:** Mapfre defiende una relación basada en la confianza y en la profesionalidad. Tiene más de 30.000 empleados repartidos por todo el mundo, y en cada uno de los lugares se cumple la normativa de la OIT y respeto a los Derechos Humanos. Su política laboral se basa en premiar la antigüedad, remuneración ajustada al puesto e importantes seguros sociales. Trata de mantener la igualdad al 50% con las mujeres y en 2015 ha realizado campañas de prevención de enfermedades del corazón y oncológicas, con una donación de más de 10 millones de euros.
- **Clientes:** Se centra principalmente en ofrecerle un servicio de calidad, a través de una escucha continua y atención personalizada, cuyo objetivo principal es la confidencialidad y la resolución de reclamaciones de la forma más rápida posible. Por ello, Mapfre ha resuelto en 2015 más de 3.000 reclamaciones en España, siendo la compañía con mayor número de primas de seguro y con hospitales y centros repartidos por todo el mundo.
- **Proveedores:** Mapfre tiene una gran variedad de proveedores tanto en temas empresariales como de seguros y tecnología. Tiene más de 200.000 repartidos por todo el mundo, con unos sistemas de gestión y comunicación novedosos para evitar dobles tareas o gestiones, proporcionando al cliente un servicio sanitario de primera y garantizando un arreglo de forma rápida y eficaz, con el mejor servicio de Inspección de Riesgos y Siniestros.
- **Accionistas:** A éstos los considera como el eje del funcionamiento de la compañía, gracias a sus aportaciones sociales, por lo que trata de ofrecerles una información veraz y constante de los movimientos empresariales, además de importantes dividendos, siendo 2015 en el año que más ascendieron.
- **Sociedad y Comunidad:** La acción de compromiso que desarrolla Mapfre hacia la sociedad, la lleva a cabo a través de la Fundación Mapfre, cuyo objetivo principal es hacer una compañía sostenible centrándose en ella misma, que posteriormente

²⁹ <https://www.mapfre.es/seguros/mapfre-espana/>

repercutirá en la sociedad en general. Para ello ha destinado un millón de horas en formación, becas y ayudas para familiares de trabajadores.

En cuanto al medio ambiente, Mapfre se ha centrado en reducir el consumo eléctrico con su proyecto “Cool Biz”, mediante la compra de energía verde con una reducción de cuatro mil toneladas de CO2. Además tiene muy en cuenta la reducción de papel, empleando maquinaria especial para reciclado.

26. Mediaset.

Mediaset España es un grupo de comunicación español, creado en 1989. Perteneció al grupo italiano Mediaset. Su actividad se centra, en la producción y exhibición de contenidos televisivos (Web Mediaset España, 2016)³⁰.

Mediaset en su estrategia de RSC tiene muy en cuenta la repercusión que tiene ser considerada como una televisión pública cuya cuota de audiencia es una de las mayores de toda la parrilla televisiva. Por lo que en relación con los grupos de interés se centra en los siguientes puntos:

- **Trabajadores:** Se centra principalmente en proporcionarles una gran cantidad de prestaciones y seguros sociales como complementos de incapacidad temporal, maternidad, paternidad, lactancia y excedencia por cuidado de hijos y familiares. Además le otorga otras prestaciones novedosas, como subvenciones para gimnasio, cestas de navidad con juguetes, reservas de aparcamiento y permisos por maternidad subrogada.

Por otro lado ofrece, una gran cantidad de proyectos de formación de 8000 horas, además de subvenciones para Master dentro del “Plan Formación 2015”. Ofrece también la posibilidad de trabajar de forma segura y con higiene mediante programas de prevención de enfermedades.

- **Sociedad y Comunidad:** Mediaset trata de fomentar los valores sociales y proteger grupos desfavorecidos o en exclusión social, por lo que a través de su iniciativa “12 meses 12 causas” trata de concienciar a la población de los principales problemas que existen en la sociedad, tales como prostitución, maltrato, obesidad, fomento de la cultura y la lectura... Además colabora con importantes ONG y fundaciones en Madrid y Barcelona con una recaudación media de 200 mil euros y permite la participación de su personal a través de programas de voluntariado.

En cuanto a protección del Medio Ambiente, como consecuencia de tener una influencia diaria de tres mil personas diarias en sus instalaciones, trata de garantizar un consumo de energía sostenible, con la firma de acuerdos para que la energía sea 100% verde, reduciendo totalmente las emisiones de CO2 para 2018. En cuanto a agua y residuos, sus vertidos son asimilables a los domésticos empleando personal específico en reciclaje.

³⁰ <http://www.mediaset.es/inversores/es/responsabilidad-corporativa.html>

- **Clientes:** Su principal fuente de ingresos proviene de la publicidad que le encargan, cuya gestión corre a cargo de *PubliEspaña*, intentando en todo momento que sea respetuosa con los niños, ciertos colectivos y evitando en todo momento el racismo, la homofobia y contribución a cualquier tipo de discriminación, cumpliendo con la normativa tanto nacional como internacional.
- **Accionistas:** Mediaset trata de garantizar en todo momento que la información proporcionada a éstos, sea transparente y veraz, principios que se encuentran establecidos en su Código de Conducta, garantizando en todo momento los principios de corrupción y transparencia que recoge la Global Compact de ONU.

27. **OHL.**

Obras Huarte Lain, S.A, más conocida como **OHL**, es una empresa española del sector de la construcción. (Web OHL, 2016)³¹.

OHL es uno de los mayores grupos internacionales en construcción y concesiones, por lo que tiene como misión principal la creación de valor a través de condiciones de sostenibilidad. Para ello la compañía se encuentra adherida a los principales compromisos sociales y éticos como Derechos Humanos (ONU), Líneas de la OCDE, Norma internacional ISO26.000 de Responsabilidad Social y Global Reporting Initiative (**Gri**).

- **Trabajadores:** Al ser una de las empresas de construcción con mayor reconocimiento a nivel internacional, su objetivo principal es proporcionarles las garantías de seguridad y protección que proclama la OIT, además de garantizarles las prestaciones sociales básicas como seguros médicos y ayudas por desempleo.
- **Sociedad y Comunidad:** Se centra en que sus construcciones conserven el medio ambiente y la naturaleza, con una deforestación controlada y movable para la protección de especies y espacios naturales. Además realiza proyectos de reinserción de especies y fomenta la cultura natural en lugares como México o Brasil, protegiendo playas y selvas.

Por último hay que hacer referencia que aunque OHL no es una de las empresas que más destina inversiones a RSC, si realiza importantes aportaciones a I+D, realizando estudios arquitectónicos, investigación de materiales e intenta crear arte en sus construcciones, para la satisfacción de la sociedad en general.

28. **Banco Popular.**

Banco Popular Español es una entidad financiera española, fundada en 1926, cuya sede central se encuentra en Madrid. A 31 de diciembre de 2015, su activo ascendía a 158 millones

³¹ <http://www.ohl.es/informacion-corporativa/>

de euros, posicionándose como la sexta entidad financiera en cuanto a volumen de activos en España (Memoria Anual Banco Popular, 2015)³².

La estrategia de RSC, que sigue la compañía en el primer semestre del 2016, se detalla a continuación, estableciéndose las principales acciones y relaciones con sus grupos de interés:

- **Trabajadores:** Una vez realizada la reestructuración de negocios que ha desarrollado la compañía durante los últimos tres años, se ha reducido el número de empleados, aunque su objetivo principal es hacer una compañía más eficiente y garantista con los derechos de sus trabajadores, con aumentos de salarios, mayores prestaciones sociales, horario flexible y cumplimiento, en todo momento de la normativa laboral vigente.

También ha desarrollado el “*Plan Concilia*”, siendo los beneficiados más 3000 trabajadores, con una inversión de 2 millones de euros en prestaciones sociales, seguros y mutuas de accidentes de trabajo, siendo galardonada como la compañía más comprometida con sus trabajadores por el Ministerio de Trabajo.

Además la reestructuración también ha afectado a sus órganos de gobierno, generando mayor independencia en su Consejo de Administración, que ha pasado a ser un 47% más independiente, dejando atrás el 33% de 2015.

- **Clientes:** Banco Popular les ofrece una gran cantidad de productos financieros, con unas de las mejores condiciones de rentabilidad de todo el mercado bancario. Además les permite hacer un gran cantidad de gestiones a través de su app y su página web, a través de “*Banca Online*”.
- **Sociedad:** La compañía ha invertido un 8% más en compromiso social que en 2015, con becas para estudios financieros, integración de discapacitados adscritos a ONCE y APROMPSI, y ha permitido que niños en exclusión social reciba los recursos educativos necesarios.
- **Comunidad:** Popular ha desarrollado el “*Plan Eco-Eficiencia*”, concienciando a sus trabajadores de la repercusión que tiene para el medio ambiente su actuaciones laborales y domésticas, con una reducción de los consumos energéticos y agua de un 20% con respecto al año 2015 y comprometiéndose a eliminar las emisiones de CO2 en un 100% para 2018.

29. **REE.**

Red Eléctrica de España es un grupo empresarial español que actúa como operador del sistema dentro del mercado eléctrico español (Web REE, 2016)³³.

³² <http://www.grupobancopopular.com/ES/RESPONSABILIDADCORPORATIVA/Paginas/inicio.aspx>

³³ <http://www.ree.es/es/>

La estrategia de RSC que desarrolla REE se encuentra detallada en su Memoria de Sostenibilidad, siendo los detalles y acciones con respecto a sus grupos de interés los siguientes:

- **Trabajadores:** REE les ofrece una gran cantidad de beneficios sociales, conciliación de la vida personal/ laboral, igualdad y diversidad. Para ello cuenta con 20% de mujeres directivas, buenos proyectos de motivación que le genera una gran eficiencia organizativa, y un modelo de retribución equitativo y transparente.

Además cuenta con fuertes sistemas de formación continua y desarrollo de habilidades con 81 horas por empleado y una inversión unitaria de cinco mil euros, concienciando y empleando medidas de seguridad de última generación, retribuciones en especie, ayudas sociales y un compromiso de integración para discapacitados.

- **Clientes:** Ofrece productos de calidad, responsables y adaptados para cada uno de ellos. Además cuenta con un despacho de información y atención al cliente y encuestas de satisfacción con una nota media de 7,6.
- **Proveedores:** La gestión responsable con este grupo de interés se basa en sistema de calificación de transparencia con los proveedores, incorporación de aspectos de responsabilidad corporativa y elaboración de encuestas de satisfacción.
- **Accionistas:** Con respecto a este grupo de interés la compañía se centra en ser lo más transparente posible, evitando en todo momento conductas de fraude y retraso en los pagos. Cuenta con una gran igualdad en el consejo de administración, como consecuencia de una reestructuración.
- **Comunidad:** REE se centra principalmente en llevar a cabo una reestructuración de sus infraestructuras cuya obra terminará en 2020, suponiendo mayores metros de cable evitando el pacto medio ambiental con controles topográficos y sistemas de enlace eléctricos. También aplica energía eficiente a partir de convenios con otras empresas Eco-Energéticas e integrando energías renovables que cubra el 40% de la demanda. Siendo la inversión de cinco mil millones de euros y reducción la emisión de CO2 en un 80%.
- **Sociedad:** Su política en satisfacción social se basa en acción social, mecenazgo, voluntariado y patrocinio. Apoyando a las comunidades, proporcionando recursos para comedores sociales, apoyando a fundaciones deportivas y a universidades dentro de sus áreas de investigación. Además ha desarrollado un programa de voluntariado corporativo, cuya inversión es el 1% de su beneficio neto, fomentando el deporte, la reforestación y campañas de comercio justo.

30. **REPSOL.**

Repsol es una multinacional energética y petroquímica española, cuya sede se encuentra en Madrid. Su actividad principal es la explotación, producción, transporte, refinado de petróleo y gas, así como actividades de distribución y comercialización (Web Repsol, 2016)³⁴.

Repsol es una de las compañías cuya línea de actuación en materia de RSC se publica de forma semestral, detallándose cuál es la acción y relación con los grupos de interés:

- **Trabajadores:** Repsol establece un compromiso férreo de cumplimiento de los Derechos Humanos en todos los lugares donde desarrolla su actividad e intenta transmitir la cultura empresarial a todos los trabajadores de la compañía, con talleres de formación cultural aplicables a todas las áreas operativas y desarrolla una metodología propia en materia de prevención de siniestralidad laboral. Además analiza de forma adecuada la retribución y fomenta la comunicación y colaboración entre empleados.
- **Comunidad:** Como consecuencia de su actividad, la repercusión que tiene Repsol en el entorno es notable, para ello invierte en proyectos de I+D para garantizar un impacto mínimo, empleando tecnologías de última generación que gestionen los vertidos de residuos y su perjuicio al agua.

Refuerza su lucha contra el cambio climático, adhiriéndose a la iniciativa “*Climática Petroleras y Gasistas*” para implantar distintas soluciones que impidan catástrofes naturales y se fomente una cultura de liderazgo y seguridad para el medio ambiente a través de cursos de excelencia en operaciones, sostenibilidad y reciclaje.

- **Sociedad:** Su labor con la sociedad también está relacionada con la protección del medio ambiente, ya que está desarrollando productos menos contaminantes como aceites ecológicos, combustibles eco-eficientes y evita la contaminación del aire en todos los lugares donde se encuentran instalados. Además ha desarrollado el “*Plan Water 2015-2020*” para garantizar un suministro de agua de calidad, impidiendo la contaminación de este bien natural.

Aparte realiza importantes donaciones a ONG para evitar el trabajo forzoso en la explotación del petróleo en países subdesarrollados, y operaciones de comercio justo para que la sociedad en general pueda tener acceso a combustibles a precios razonables.

En cuanto a su relación con los distintos gobiernos como consecuencia de que la compañía realiza la extracción de petróleo en base a concesiones administrativas, defiende el principio de anticorrupción, garantizándolo en su Código de Conducta, a través de una tributación adaptada a cada país, con importaciones y exportaciones de combustible controlada y garantizando en todo momento el cumplimiento de la normativa tanto internacional como la propia de las distintas naciones.

³⁴ https://www.repsol.com/es_es/corporacion/responsabilidad-corporativa/default.aspx

31. SABADELL.

Banco Sabadell es una entidad financiera española, con sede en Sabadell. A 31 de diciembre de 2015, su activo ascendía a 209 millones de euros, siendo la cuarta entidad financiera de España. Además en esa misma fecha contaba con 2800 oficinas y más de 11 millones de clientes (Memoria Anual Banco Sabadell, 2015)³⁵.

El Banco Sabadell durante 2015 ha seguido desarrollando su “*Plan Director*”, que se articula en 4 grandes principios: banca responsable, empresa saludable, sostenibilidad ambiental y valor compartido. Cuya aplicación a los grupos de interés genera las siguientes líneas de actuación:

- **Trabajadores:** Banco Sabadell garantiza la igualdad de oportunidades en sus procesos de selección, formación, promoción y condiciones laborales. Para ello ha desarrollado el “*Plan Igualdad*” basado en la dignidad de las personas, ofreciéndoles servicios sociales y conciliación familiar, con horarios flexibles, reducción de jornadas y excedencias para maternidad y cuidado de familiares.
- **Clientes:** Sabadell ofrece a sus clientes productos financieros en base a sus criterios éticos, contribuyendo a proyectos solidarios como pueden ser el *Fondo Sabadell Inversión Ética y Solidaria*; *Cooperativa Urquijo* y *Planes de Pensiones BanSabadell*. Todos ellos coherentes con el Global Compact, FTSE4Good y la Certificación ISO 9001.
- **Sociedad:** Sabadell tiene un fuerte compromiso con la sociedad desarrollando iniciativas como educación financiera, amparado por la OCDE, ofreciendo a niños y mayores la posibilidad de obtener conocimientos financieros que les permita obtener una base de conocimientos, en el cual han participado más de 6500 jóvenes en la Universidad de Barcelona.

Además colabora con UNICEF en el proyecto dona un euro, con una recaudación en 2015 de más de 2 millones de euros, y con organizaciones dedicadas a la vivienda para que todo el mundo tenga acceso a ellas e incluso fundaciones sin ánimo de lucro como Cáritas o servicios sociales.

Por último hay que señalar la labor que está realizando la *Fundación Banco Sabadell*, apoyando a jóvenes estudiantes de alto rendimiento con el programa *Mejor Star-up*, invirtiendo 100 millones; y participando de forma voluntaria y no lucrativa en que jóvenes obtengan sus regalos de Reyes o patrocinando iniciativas a la vida saludable, deporte o donaciones de sangre.

- **Comunidad:** Está adherido a un convenio para trata de eliminar el impacto medioambiental tales como *Principios de Ecuador* y *Carbon Disclosure*, cuyo objetivo es reducir las emisiones de gases efecto invernadero y consumo eléctrico,

³⁵ <https://www.bancsabadell.com/cs/Satellite/SabAtl/>

mediante la implantación de instalaciones y tecnologías con una inversión de 157 millones.

32. SACYR.

Sacyr es una empresa española, con sede en Madrid, cuya actividad se centra en la construcción de todo tipo de infraestructuras y prestación de servicios. Es una de las mayores empresas de construcción en España (Web Sacyr, 2016)³⁶.

Sacyr ha sido incluida en el índice FTSE4 Good Ibex, como reconocimiento a su sostenibilidad en materia medioambiental, social y de gobierno corporativo. Sus líneas principales, en base a sus grupos de interés, son llevadas a cabo por la “*Fundación Sacyr*” y se recogen a continuación:

- **Trabajadores:** El 92% del Grupo Sacyr está amparado por el certificado OHSAS 18001, como consecuencia de la protección y seguridad que sus trabajadores reciben, con seguros sociales y estudios sanitarios a medida para cada uno de ellos.

Además Sacyr ha invertido 200.000 euros en 35.000 horas de formación para una mayor adaptación a las nuevas tecnologías y una concienciación a la seguridad e higiene en el trabajo. Asimismo tiene fuertes seguros al desempleo e indemnizaciones que incluso abarca a sus subcontratas.

- **Sociedad y Comunidad:** Sacyr en su política de RSC, trata de proteger las ciudades, entornos con alto valor cultural y natural y yacimientos arqueológicos, llevando a cabo construcciones para su conservación y remodelación bajo el amparo de UNESCO. Asimismo, ha tratado de garantizar el menor impacto medioambiental posible, siendo la constructora que más concesiones recibe en países latinoamericanos, por sus buenos estudios arquitectónicos y topográficos.

Además la compañía ha realizado campañas de recogida de ropa, juguetes y alimentos como una ayuda a los más desfavorecidos, con unos ingresos totales de más diez millones de euros.

- **Proveedores:** Sacyr colabora activamente con sus proveedores y empresas auxiliares para ofrecer un trato diferenciado, en cuanto a sus construcciones e infraestructuras a partir de acuerdos de subcontratación. Garantizando en todo momento el respecto de éstos al medioambiente y a los Derechos Fundamentales, siendo condición obligatoria para la firma de los acuerdos.
- **Accionistas:** Es una de las compañías que ha sido reconocida por Naciones Unidas, por su labor de transparencia y política anticorrupción, como consecuencia de una auditoria externa e interna garantizada por los distintos gobiernos y por su labor de información veraz y continua.

³⁶ http://www.sacyr.com/es_es/default.aspx

33. SANTANDER.

Grupo Santander es un grupo bancario español que se organiza en base al Banco Santander y que incluye una red de entidades financieras con presencia en todo el mundo, principalmente en Europa y Latinoamérica. A 31 de diciembre de 2015, contaba con 13.030 sucursales, 121 millones de clientes y casi 200 mil empleados. (Memoria Anual Santander, 2015)³⁷.

La estrategia en RSC seguida por Banco Santander muestra la relación que mantiene la compañía con los distintos grupos de interés, basándose en los criterios Global Reporting Initiative (GRI), siendo sus principales puntos los siguientes:

- **Trabajadores:** Santander se posiciona como uno de los grandes bancos mundiales, en cuanto al nivel de satisfacción de éstos, como consecuencia de su política “*Flexiworking*”, cuyos objetivos son flexibilidad, formación y conciliación familiar del cual participan el 93% de la plantilla.

Santander garantiza la igualdad de oportunidades siendo 35% mujeres y una plantilla con conocimientos extraordinarios del mundo financiero, gracias a la formación tanto interna como externa que reciben, con una inversión de ciento cuatro mil millones de euros. Asimismo, garantiza una remuneración y prestaciones sociales muy superiores a la de otras compañías y con canales de comunicación continuos, que miden su nivel de compromiso.

- **Clientes:** Santander se posiciona como el banco con mayor número de clientes en España, ofreciéndoles productos de calidad, créditos personalizados y una estrategia digital que ayude a conseguir treinta millones de euros en 2018. Se ha centrado en PYMES y autónomos, con préstamos para ideas novedosas e innovadoras, gracias al programa “*Advance Idea*”.
- **Sociedad y Comunidad:** Santander ha apoyado a *microemprendedores* en zonas con bajos recursos como en Polonia, ha desarrollado proyectos de apoyo a ONG a favor de los niños y ha proporcionado becas para estudios universitarios. Asimismo ha dado ayudas a familias en situaciones de exclusión social, con un total de 2.800 millones de euros.

En cuanto al tema Medio Ambiental, la compañía ha financiado proyectos de investigación en vehículos eléctricos, y a través de su campaña “*Agro*”, ha permitido la reforestación de zonas rurales y la instauración de cooperativas ecológicas.

- **Proveedores:** Santander ha reforzado los canales de comunicación con los diferentes equipos de compras en todos los países con el objetivo de compartir buenas prácticas en la gestión. Además realiza análisis de la actividad de las empresas potencialmente consideradas para entrar en el negocio, para garantizar su buena imagen corporativa. Por ello, Santander ha gastado en el departamento de compras más de cinco millones de euros, en temas de marketing, compras, tecnologías y gestión de inmuebles.

³⁷ http://www.santander.com/csgs/Satellite/CFWCSancomQP01/es_ES/Corporativo/Sostenibilidad.html

- **Accionistas:** Santander gastó diez millones de euros en 2015, para ofrecer una información veraz y transparente a los accionistas, a través de la realización de foros, debates y encuestas de participación de inversores. Contando con más de 350 analistas y con la implicación directa del consejo de administración.

34. **Técnicas Reunidas.**

Técnicas Reunidas, S.A es una empresa multinacional española, perteneciente al sector de la construcción y la ingeniería de infraestructuras para el sector del petróleo y del gas (Web Técnicas Reunidas, 2016)³⁸.

La política en RSC que desarrolla Técnicas Reunidas se centra principalmente en desarrollar una estrategia que le permita cumplir todos los requisitos que establece Global Compact y criterios Gri, permitiéndole ser una compañía sostenible con sus grupos de interés y cuyas líneas de actuación son las siguientes:

- **Trabajadores:** Considerados como el eje central del negocio, Técnicas Reunidas se preocupa por un continuo crecimiento y garantiza en todo momento la seguridad en el trabajo. Para ello realiza programas de internacionalización de la gestión, identificación de talentos y formación y desarrollo, con becas para formación y aprendizaje de idiomas con un presupuesto de 50 millones de euros.

Además son fundamentales la diversidad y la continuidad, por lo que cuenta con un 40% de trabajadores de nacionalidad distinta a la española, 24% son mujeres y una tasa de rotación del 3.7% muy inferior al del resto del sector.

- **Clientes:** El esfuerzo para satisfacer las demandas de los clientes se centra en programas de innovación, ofreciéndole al cliente proyectos de ingeniería acordes con el medio ambiente para evitar el impacto en la sociedad. Ha desarrollado los proyectos “WALEVA” o “ZAEES”, centrados en compuestos de biomasa y eliminación de Zinc, respectivamente. Siendo la inversión en I+D de la compañía de siete millones de euros, con la colaboración de universidades y filiales propias.
- **Proveedores:** El 95% de los proveedores de Técnicas Reunidas se someten a un control interno por parte de esta compañía, garantizando que sean sostenibles y que se ajustan a las estrategias de ésta. Cuenta con 231 cuestionarios para determinar el grado de satisfacción y garantizar canales de distribución continuos y eficientes.
- **Sociedad:** Técnicas Reunidas destina 500.000 euros en planes de acción social que le permita crear valor para el conjunto de la sociedad. Entre los programas principales es ofrecer energía y gas a zonas desfavorecidas, invertir en I+D para evitar el impacto social y realizar inversiones en cultura y otros fines. Para ello, realiza foros que permitan conocer la industria petrolera y ha concedido ayudas para reformar el museo del Prado así como a fundaciones españolas para luchar contra el cáncer y el Alzheimer.

³⁸ <http://www.tecnicasreunidas.es/es/>

- **Comunidad:** Técnicas Reunidas es considerada como una de las compañías energéticas más respetuosas con el medio ambiente, gracias al cumplimiento de toda la normativa vigente. Garantiza en todo momento seguridad y salud, gracias a su sistema “*Safety Topics*” reduciendo el carbono en un 12% con respecto al año 2014. Ofrece un control continuo tanto de vertidos como de impacto medio ambiental, y ha desarrollado el proyecto “*AENOR*” conseguido reducir en un 20% el uso de materiales como acero, plomo y mercurio.

35. **Telefónica.**

Telefónica S.A es una empresa multinacional española de telecomunicaciones, siendo la empresa más importante en Europa dentro de este sector, y la cuarta del mundo. Para la comercialización de sus productos y servicios, la compañía cuenta con tres marcas comerciales: Movistar para España e Hispanoamérica, O₂ para el resto de Europa y Vivo para Brasil. (Web Telefónica, 2016)³⁹

La estrategia de RSC que está siguiendo Telefónica, se basa principalmente en el uso exhaustivo de la tecnología digital y los medios sociales, que sirvan de apoyo a los grupos de interés de la compañía y permita unos canales de comunicación, flexibles y responsables. Su relación con los grupos de interés es la siguiente:

- **Trabajadores:** La compañía trata que la comunicación entre la dirección y los distintos puestos de mando sean constantes. Para ello Telefónica cuenta con la “*Red Interna Yammer*”, la cual permite un diálogo y debate con los empleados, para transmitirles las políticas comerciales de la compañía, cursos de formación y sistemas de organización empresarial.

Además la compañía ha invertido 3.7 millones de horas de formación, siendo 25% más que el año 2014, ha dado empleo a casi 10 mil jóvenes menores de 30 años y cuenta con 38% de mujeres sobre el total de empleados, debido a su fuerte concienciación con el principio de no discriminación.

- **Clientes:** Gracias a los canales de diálogo que establece la compañía, a través del servicio “*Defensa del Cliente*”, ha hecho que en el año 2015 se convierta en la compañía de telecomunicación más valorada, con más de un millón de reclamaciones resueltas. Además a través de Twitter, Telefónica es capaz de conocer cuál es el nivel de satisfacción del consumidor con encuestas, seguimientos y ofertas específicas para cada uno de los clientes.
- **Proveedores:** Con su programa “*Aliados*”, hace que el 80% de los proveedores de Telefónica sean locales y que tengan un fuerte compromiso con los principios de la RSC. Son evaluados a través del proceso “*EcoVadis*”, que utilizan la mayoría de las empresas de referencia del sector TIC.

³⁹ <https://www.telefonica.es/es/sostenibilidad>

- **Accionistas:** Telefónica organiza de forma trimestral reuniones, tanto individuales como colectivas, en las que participan inversores institucionales y analistas sectoriales, para garantizar una información continua y constante de las políticas de inversión, gasto y situación financiera, ofreciendo siempre una información veraz y transparente.
- **Sociedad:** Durante al año 2015, la compañía ha invertido 130 millones en acción social y cultural, a través de su Fundación Telefónica, donde el 80% era destinado a trabajar contra la pobreza, garantizando la educación de niños y adultos y ayudando a discapacitados y personas en riesgo de exclusión social.



Por otro lado, la compañía ha invertido 300 mil horas en proyectos solidarios, a través de su programa “*Voluntarios Telefónica*”, cuyo objetivo es realizar jornadas para luchar contra la violencia de género, maltrato infantil y animal, y ayudar a comedores sociales.

- **Comunidad:** Telefónica ha desarrollado el plan “*Eficiencia Global*” reduciendo el gasto en energía en 50 millones de euros para el año 2017, reduciendo las emisiones de CO2 y utilizando energías renovables.

Además el 98% de los residuos que genera la compañía son reciclados o reutilizados, siendo unas de las compañías líderes, gracias a su programa “*CDP Supplier Climate*”. Además, gracias a su compromiso con la comunidad, ha reducido el uso de papel en sus facturas, y ha desarrollado el programa “*Ciudades Inteligentes*”, informando a través de medios cibernéticos de los niveles de contaminación y problemas medioambientales.

7. Conclusiones.

Una vez que se ha analizado cual es la actuación y relación que cada una de las empresas del Ibex 35 tiene con sus grupos de interés, es conveniente sacar una serie de conclusiones para fijar de forma global, el comportamiento que dichas empresas tienen en el ámbito de la sostenibilidad corporativa, y realizar tales conclusiones fuera de la subjetividad que transmiten sus Memorias de Sostenibilidad. Por tanto, de forma objetiva y aplicando las ideas básicas de Responsabilidad Social Corporativa, se puede establecer lo siguiente:

1. La Responsabilidad Social es capaz de transformar la fórmula clásica de gobierno de las empresas, como consecuencia de que actualmente éstas no solamente se centran en satisfacer las demandas de los accionistas, que son los que aportan capital y financiación en las empresas, sino que son conscientes de que tienen que satisfacer las demandas de otros grupos de interés, incluso con los que no tienen relación directa. Esto garantiza una buena imagen corporativa y una buena relación con el entorno social, que como conocen las empresas, repercutirá finalmente en ellas.

2. En la mayoría de las empresas analizadas, tomando como referencia a sus grupos de interés, se puede observar que los aspectos de carácter económico o financiero pierden relevancia, a favor de otros aspectos como el medioambiente o la ayuda social, como consecuencia del fuerte impacto que estos factores tienen en la sociedad, siendo las empresas conscientes, de que la integración en sus Códigos Éticos de valores como el respeto al medioambiente, la empatía y la solidaridad, son fundamentales para poder seguir ejerciendo su actividad en el mercado.
3. Con la RSC, las empresas obtienen legitimidad y credibilidad ante los grupos de interés, permitiendo mantener su posición competitiva y la posibilidad de resolver conflictos con éstos. Siendo capaces de aportar a la sociedad y a los demás stakeholders, lo que reclaman y evitando situaciones de falta de transparencia y veracidad.
4. Entre los principios comunes del Global Compact, GRI o Libro Verde está presente el del respeto a los Derechos Humanos proclamados por la ONU. Todas las empresas cuyos trabajadores están asalariados o trabajan directamente para las compañías analizadas si respetan los Derechos Fundamentales, pero hay que tener en cuenta que otras empresas auxiliares a éstas en temas de suministros de materiales o elaboración de productos no pueden decir lo mismo.

Es el caso de empresas como Abengoa, Inditex o Telefónica, donde establecen en sus Memorias de Sostenibilidad que trabajan con proveedores igualmente sostenibles, pero existen importantes denuncias de ONG a Naciones Unidas, basadas en explotación infantil, condiciones inhumanas o conflictos por el Coltan⁴⁰.

5. Existen estudios, elaborados por importantes universidades españolas, en los cuales se analizan al grupo de interés “*Clientes*” de una gran parte de las empresas que forman parte del Ibex 35 ,en el cual se indica que al menos mitad de los consumidores, no están dispuestos a pagar más por los productos y servicios, aunque el margen de beneficio se destine a programas de ayuda social, como consecuencia de que no tienen un conocimiento garante y veraz de que esos plus de precio se destinen a estas causas (D. Fernández y Merino, 2016). Por tanto es importante, que las empresas dentro de sus campañas de publicidad e información tengan en cuenta los aspectos de Responsabilidad Social, siendo honestas y garantes de la labor que supuestamente están realizando como así reflejan sus programas de sostenibilidad.
6. Las empresas del sector energético como Iberdrola, Gas Natural y Endesa, proclaman en sus Memorias de Sostenibilidad, la ayuda y beneficios a personas en riesgo de exclusión social con descuentos y facturas a medida, mientras que FACUA tiene pendientes más de mil procesos por publicidad engañosa y por facturas con seguros

⁴⁰ Conflicto que surge por la extracción del mineral Coltan, debido a que es un componente esencial para la elaboración de telefonía y redes móviles. Este conflicto es generado por las empresas multinacionales de telefonía, entre las que se encuentran alguna empresa española, que obligan a realizar trabajos forzados y peligrosos para su extracción. Véase http://simiomobile.com/downloads/coltan_mineral_muerte.pdf
<http://thediplotainspain.com/las-empresas-espanolas-tienen-un-gran-interes-en-el-desarrollo-del-congo/>

ineficaces y fraudulentos, ya que incrementan éstas un 11%. Además sin olvidar que del total de productos y servicios ofrecidos por empresas del Ibex 35, un 9% son objeto de reclamación.

7. Uno de los aspectos más relevantes, es que todas las empresas del Ibex 35, excepto Indra, cuentan con filiales en paraísos fiscales, como así comunica Intermón-Oxfam, pasando a tener 900 filiales en el año 2015, con una reducción de la recaudación para el Estado de un 60%. Esto provoca un incumplimiento flagrante del principio de anticorrupción del Global Compact que ha sido ratificado por la mayoría de las empresas.
8. Continuando con la falta de “*transparencia y veracidad*”, hay que señalar que existen importantes denuncias por la Comisión Nacional del Mercado de Valores y por el Banco de España, ante la falta de rigurosidad y transparencia en la presentación de las cuentas anuales. Siendo el caso de Abengoa, cuya auditoria realiza por Deloitte en 2015, ha sido denunciada por la CMNV o el caso BANKIA con el destino de los ingresos de las “*preferentes*”.
9. En cuanto al grupo de interés “*Comunidad*” y más concretamente, con respecto al Medio Ambiente, las que más perjudican son las empresas del sector de la construcción, petroquímico y energético, pero a su vez son las compañías que más recursos destinan para luchar contra este perjuicio. Por tanto se observa que:
 - a. Por un lado vemos compañías como Repsol, Iberdrola, Gas Natural o Enagas que se consideran que son responsables por la fuertes inversiones que realizan en I+D para obtener tecnologías que eviten la emisión de gases efecto invernadero, pero la implantación de éstas no es de forma inmediata sino estableciendo un plazo determinado. Esto refleja la realidad medio ambiental, ya que todas ellas tienen expedientes abiertos tanto por Green Peace o WWF ante el Ministerio de Medio Ambiente, como consecuencia de que no cumplen con los convenios de emisión de CO2 aprobados por la ONU.
 - b. Por otro lado, se debe hacer referencia a compañías de construcción civil como ACS, Ferrovial, REE o FCC, las cuales consideran que la protección de espacios naturales debe ser primordial, pero en realidad han sido las que más deforestación han provocado y las que más vertidos de residuos han producido. Como así lo reflejan las multas interpuestas de la CNMV por la falta de gestión y garantías en el trato de residuos e impacto medio ambiental, con una cuantía de más de quinientos millones de €, entre todas ellas.
 - c. Por último señalar, que solo el 29% de las empresas del Ibex 35 establecen en sus Memorias de Sostenibilidad la cantidad exacta de residuos, emisiones o consumos energéticos que generan, gracias a las auditorías realizadas por los órganos de control de la certificación ISO14001, en el cual solo están inscritas un 60% de las compañías.
10. Compañías como Ferrovial, Endesa, Repsol y Gas Natural, han reflejado en sus Memorias que se ha producido una reducción considerable de multas y sanciones

como consecuencia de desarrollar su actividad en territorio español, garantizando en todo momento el cumplimiento de las leyes y satisfaciendo al grupo de interés “*Sociedad*”. Pero en países latinoamericanos, donde también desarrollan su actividad, es donde tienen más litigios abiertos como consecuencia de no respetar la Ley de Costas, la protección de espacios naturales protegidos como el Amazonas, o importantes inundaciones por deforestación en Chile, como es el caso de Endesa.

11. Solo el 34% de las empresas analizadas declaran cuales son los riesgos medioambientales de desarrollar su actividad, declaran cuales son las medidas o medios que aplican en su actividad para evitarlos.

Por tanto, se observa como compañías como Repsol, ACS, Gas Natural, OHL o Grifols, establecen cuales son los objetivos que se suponen que están alcanzando o lo que pretenden alcanzar en el futuro, pero no indican una auditoría fiable o veraz sobre sus emisiones de CO₂, las medidas de protección ciudadana en caso de catástrofes o informes periciales sellados por la autoridad competente que avalen este presupuesto. Por otro lado, las compañías del sector bancario como BBVA, CaixaBank o Santander establecen que se ha reducido el consumo energético, de papel o incluso que financian proyectos con créditos “verdes”, y sin embargo, no establecen ningún tipo de justificante y solamente se centra en proclamar su adhesión al FST4 o a otros indicadores de sostenibilidad.

12. Jazztel, Inditex, Abertis o Telefónica consideran al grupo de interés “*trabajadores*” como eje central de su actividad, y por tanto determinan en sus “*Informes de Sostenibilidad*” la percepción de un salario mínimo muy superior a las demás empresas de sus respectivos sectores. Pero esta información es incompleta, como consecuencia de que son compañías que tienen importantes instalaciones y/o filiales en países africanos y latinoamericanos, en los cuales el “*Informe de Estudio sobre Retribuciones*” demuestra que el salario está muy por debajo al salario mínimo que se paga en España, llegando incluso a ser un 75% más bajo en el caso de Inditex en Camboya, donde la compañía se ha tenido que comprometer a subir dicha retribución salarial.
13. Siguiendo con la protección y garantías de los “*trabajadores*”, hay que señalar que la mayoría de las compañías a la hora de considerar el Derecho de Asociación y Reunión, no todas las empresas lo garantizan, sino que solamente se limitan a señalar su fomento. Por tanto no todos los trabajadores pueden ejercerlo, siendo la media de cumplimiento de este derecho un 60%. Esto provoca importantes limitaciones de derechos laborales, como consecuencia de la superioridad y libertad de trato de las compañías.
14. En cuanto al “*Derecho de No Discriminación*”, todas las compañías están concienciadas de que deben evitar cualquier tipo de acoso, discriminación por raza, sexo, edad o cualquier tipo de coacción , pero llama la atención que del 85% que establece este principio en sus Memorias, garantizándolo a sus trabajadores , solo el

40% de éstas, entre las que destaca Mapfre, Mediaset o compañías del sector bancario, establecen medidas internas e investigaciones propias para evitarlo a través de entrevistas específicas o test psicológicos.

Esto se debe evitar, ya que estudios realizados por las Consejerías de Igualdad de las CCAA ponen de manifiesto que las denuncias por acoso laboral se han incrementado en un 60% en el año 2015, en el ámbito laboral.

15. Un grupo de interés que tiene una gran relevancia dentro de éstas compañías, son los “*accionistas*”, como consecuencia de que su compra de acciones y aporte de capital garantiza la supervivencia de estas sociedades. Durante el año 2015, compañías como Santander, BBVA, Indra o Mediaset han repartido importantes dividendos, pero en otros muchos casos como Abengoa o Bankia, han sido perjudicados por falta de transparencia en la gestión, o el caso de Repsol, por caídas del precio del petróleo.
16. La mayoría de las empresas han respetado el “*Código de Buen Gobierno*”, donde se establece que como máximo debe haber 15 consejeros y dentro de ellos debe haber al menos 1/3 de consejeros independientes. Las compañías del Ibex35 han respetado esta premisa para el año 2015, siendo el total de 214, con un incremento del 8% con respecto 2014. Pero la diferencia está en que estos han visto como su remuneración se ha reducido un 9% en el año 2015, mientras que los consejeros dominicales que representan a los accionistas o a la dirección su retribución a aumentado, sobre todo en el sector bancario como en BBVA o Santander.
17. La reestructuración que han sufrido compañías como Popular, IAG o Bankia, ha sido incluida en sus Memorias de Sostenibilidad para informar que son compañías más eficientes y que se adaptan a las nuevas TIC que demanda la “*sociedad*” a la hora de realizar sus gestiones, favoreciendo a este grupo de interés.

Pero la realidad es muy diferente, ya que en el caso del Popular, la reestructuración ha desencadenado más de 300 oficinas cerradas y 3000 despidos en el año 2015/2016. Por otro lado IAG, se enfrenta a una fuerte reestructuración laboral con despidos de más de un tercio de la plantilla y con importantes indemnizaciones y litigios judiciales, y por último Bankia, como consecuencia de la supervisión del Banco Central Europeo por el rescate bancario, debe enfrentarse a una desinversión de quinientos millones de € en activos tóxicos y el despido de 2.000 trabajadores.

18. Otra conclusión que se puede extraer, es la poca información sobre la aportación, donación o financiación a partidos políticos. Solo el 31% de estas empresas informan en sus Memorias de Sostenibilidad que se prohíbe esta financiación, como establece Telefónica, Endesa, Mediaset, Día o Grifols. Pero otras empresas que no hacen referencia a este precepto, se observa que si han financiado a partidos políticos o fundaciones relacionadas con éstos, como puede ser Sacyr, Indra, ACS o FCC, siendo además las que más subvenciones han recibido y concesiones administrativas.

19. Las compañías del Ibex 35 que más han invertido en I+D han sido las del sector servicios y productos tecnológicos, como Amadeus, Técnicas Reunidas y Telefónica, cuya cifra ronda los cinco millones de euros de cada una de ellas. Sin embargo, la inversión en I+D del conjunto de las compañías ha descendido en un 2% con respecto al año 2014, como consecuencia de la cooperación entre empresas y falta de contratación de personal especializado y de centros tecnológicos.
20. Por último hay que señalar, en base a las conclusiones expuestas, que las compañías del Ibex 35 llevan a cabo programas de Responsabilidad Social Corporativa que tienen una fuerte influencia, como sea plasmado, en todos los grupos de interés con los que se relaciona, tratando principalmente de cumplir sus exigencias, ofrecerles transparencia y veracidad, y garantizar, en todo momento, que su actividad sea acorde con los pactos a los cuales han decidido adherirse. También es conveniente plasmar, que es una labor que requiere un esfuerzo importante, como consecuencia de las inversiones que deben realizar las empresas y que tendrá su efecto a medio y a largo plazo, conforme los grupos de interés vayan apreciando que se van cumpliendo sus demandas, pero no todas estarán dispuestas a sacrificar recompensas a corto plazo para obtenerlas en un futuro. Por tanto se observa, que aunque las políticas en RSC que desarrollan tienen una gran importancia tanto para su supervivencia como para sus relaciones, el esfuerzo debe ser aún mayor y debe existir una mayor concienciación sobre este tema, ya que hay cuestiones como las de transparencia, tributación o impacto que sus actividades genera en la comunidad, en las que no todas las empresas pueden ser consideradas totalmente responsables.

8. Bibliografía

- AECA, (2015): "Asociación Española de Contabilidad y Adm Empresas: Responsabilidad Social en el negocio español".
- Aguirre, A.A (2005): "La ética empresarial en la Historia". Ética y Responsabilidad Social Corporativa. Ed: Cátedra de Estudios Cooperativos.
- Argandoña, A (2006): "Comentarios de las obras de Milton Friedman (1912-2006)". Cátedra de "La Caixa" sobre Responsabilidad Social de la empresa y Gobierno Corporativo. Ed: IESE Bussiness School.
- Argandoña, A (2012) ¿Qué es y qué no es la RSC? Revista del Instituto de Estudios Económicos, pp 1-14.
- Certo, S. y Peter, J.P (1996). "Dirección Estratégica". Ed: Irwin, 1997, Tema: "Responsabilidad Social de la Empresa", pp 120-127.
- Comisión Nacional del Mercado de Valores (2003). Reglamento: Régimen de Incorporación de Entidades al Sistema Bursátil.
- De la Cuesta, M y Muñoz, J.M (2010). "Responsabilidad de la empresa en la esfera de los Derechos Humanos". La Coruña: Netbiblo.
- Fernández García, R. (2009). "Introducción" La responsabilidad social corporativa. Una nueva cultura empresarial. Alicante: Editorial Club Universitario, pp 35-36.
- Fernández, D. y Merino, A (2015). Consumidores y Responsabilidad Social. Universia Review.
- Freeman, R.E (1983). "Estrategia de Empresa". Stakeholder Approach. Ed: Pitman, Toronto.
- García, J.L (2008), "Objetivos y Valores de la empresa: Responsabilidad Social Corporativa", Thomson Civitas, pp 122-130.
- Guerras y Navas (2007). La Dirección Estratégica de la Empresa. Teoría y Aplicaciones (4ª Edición). Ed: Civitas.
- Guerras, L.A (2002). La dirección de la empresa ante los retos del S.XXI. Tema: "La Responsabilidad Social y la Estrategia". Ed: Universidad de Valencia. pp 325-367.
- Informe sobre Estudios de Retribuciones (2015). Edición Tercera. Ed: Confederación Sindical de Comisiones Obreras.
- Libro Verde (2001), Fomentar un marco europeo para la Responsabilidad Empresarial, Bruselas 18/07/2001.
- Marín, L. y Rubio, A. (2008). La responsabilidad social corporativa como determinante del éxito competitivo: un análisis empírico. Revista Europea de Dirección y Economía de la empresa, 17(3), 27-42.
- Moreno. A (2010). "La Responsabilidad Social Empresarial". Principios Global Reporting Initiative (GRI). Ed: Pirámide, pp 180-200.
- Observatorio de Responsabilidad Social Corporativa para empresas Ibex 35. Ed: 2013, 2014 y 2015 (Conclusiones).
- Ruiz, I.M (2010). "La responsabilidad Social en España". Análisis de la RSC en las principales entidades financieras. pp 1-19.

- Vallverdú, J. (2008). "Responsabilidad Social Corporativa". Revista de Contabilidad y Dirección núm. 7. Ed: Accid, Barcelona. pp 27-55.
- Valor, C y Hurtado, I. (2009). Las empresas españolas y la Responsabilidad Social Corporativa. Ed: Catarata.

MEMORIAS DE LAS COMPAÑÍAS DEL IBEX 35.

• Abengoa (2015). Memoria Anual (2015).	• Abertis (2015). Memoria Anual (2015).
• Acerinox (2015). Memoria Anual (2015).	• Grupo ACS (2015). Memoria Anual (2015).
• AENA (2015). Memoria Anual (2015).	• Amadeus (2015). Memoria Anual (2015).
• Arcelormittal (2015). Memoria Anual (2015).	• Bankia (2015). Memoria Anual (2015).
• Bankinter (2015). Memoria Anual (2015).	• BBVA (2015). Memoria Anual (2015).
• CaixaBank (2015). Memoria Anual (2015).	• Día (2015). Memoria Anual (2015).
• Enagas (2015). Memoria Anual (2015).	• Endesa (2015). Memoria Anual (2015).
• FCC (2015). Memoria Anual (2015)...	• Ferrovial (2015). Memoria Anual (2015).
• Gamesa (2015). Memoria Anual (2015).	• Gas Natural (2015). Memoria Anual (2015).
• Grifols (2015). Memoria Anual (2015).	• IAG (Iberia) (2015). Memoria Anual (2015).
• Iberdrola (2015). Memoria Anual (2015).	• Grupo Inditex (2015). Memoria Anual (2015).
• Indra (2015). Memoria Anual (2015).	• Jazztel (2015). Memoria Anual (2015).
• Mapfre (2015). Memoria Anual (2015).	• Mediaset (2015). Memoria Anual (2015).
• OHL (2015). Memoria Anual (2015).	• Popular (2015). Memoria Anual (2015).
• REE (2015). Memoria Anual (2015).	• Repsol (2015). Memoria Anual (2015).
• Sabadell (2015). Memoria Anual (2015).	• Sacyr (2015). Memoria Anual (2015).
• Santander (2015). Memoria Anual (2015).	• Técnicas Reunidas (2015). Memoria Anual (2015).
• Telefónica (2015). Memoria Anual (2015).	

Webgrafía.

- http://simiomobile.com/downloads/coltan_mineral_muerte.pdf

- <http://thediplomatinspain.com/las-empresas-espanolas-tienen-un-gran-interes-en-el-desarrollo-del-congo/>
- <http://www.bmerv.es/esp/asp/Portada/Portada.aspx>
- <http://www.compromisorse.com>
- <http://www.ecointeligencia.com/2013/09/que-es-unamemoria-de-sostenibilidad/>
- <http://www.elconfidencial.com/>
- <http://www.eleconomista.es/>
- <http://www.observatoriorsc.org>
- <http://www.revistasice.com>
- <http://www.unglobalcompact.org>
- <https://ubr.universia.net/index.php/ubr/article/view/536/>
- <https://www.globalreporting.org>
- <https://www.globalreporting.org/languages/spanish/Pages/Memorias-de-Sostenibilidad.aspx>

WEB CORPORATIVAS

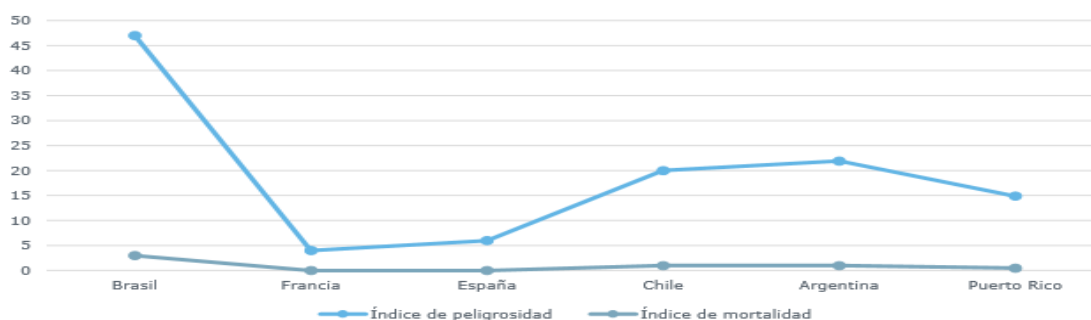
• http://www.abengoa.es	• http://www.abertis.com
• http://www.acerinox.com	• http://www.grupoAcs.com
• http://www.aena.es	• http://www.amadeus.es
• http://www.acerinox.com	• http://www.bankia.es
• http://www.acerinox.com	• http://www.bbva.com
• http://www.acerinox.com	• http://www.dia.es
• http://www.acerinox.com	• http://www.endesa.com
• http://www.fcc.com	• http://www.ferrovial.com
• http://www.gamesa.com	• http://www.gasnatural.com
• http://www.grifols.com	• http://www.iag.com
• http://www.iberdrola.com	• http://www.grupoinditex.com
• http://www.indra.com	• http://www.jazztel.com
• http://www.mapfre.com	• http://www.mediaset.es
• http://www.ohl.com	• http://www.bancopopular.com
• http://www.ree.es	• http://www.repsol.com
• http://www.bancosabadell.es	• http://www.bancosabadell.es
• http://www.sacyr.com	• http://www.bancosantander.es
• http://www.tecnicasreunidas.es	• http://www.telefonica.com/es

ANEXOS.

- **ANEXO 1.**

Gráfico que muestra la relación existente entre el número de tramos considerados como peligrosos, por la normativa vial nacional de cada uno de los países tratados, y el índice de mortalidad generado. Se puede apreciar por tanto, que gracias a la labor y actuación de Abertis S.A se ha reducido, debido a las medidas de seguridad empleadas en su construcción.

Indicadores de seguimiento de seguridad vial



GRI: G4-DMA, G4-PR1, PR-10

Índice general
Índice de contenidos GRI



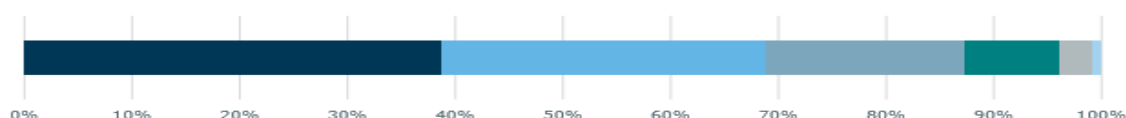
• ANEXO 2.

En el siguiente gráfico se expresa cuáles son las emisiones de CO₂ que la compañía genera. Siendo los gases de alcance 3 los que más se emiten pero los menos perjudiciales, ya que su composición es agua en gran parte y una pequeña de CO₂, debido al consumo de papel.

Emisiones de CO₂e generadas por país (toneladas) – Autopistas

	Alcance 1	Alcance 2	Alcance 3	Total
Brasil	32.169,7	4.452,2	4.255.842,8	4.292.464,7
Francia	16.668,6	3.880,2	3.317.695,9	3.338.244,6
España	4.487,4	16.530,6	2.015.154,1	2.036.172,2
Chile	4.589,8	7.867,8	961.961,7	974.419,3
Argentina	4.142,9	12.367,3	319.209,3	335.719,4
Puerto Rico	2.234,2	3.246,7	96.539,0	102.019,9
Total	64.292,5	48.344,8	10.966.402,8	11.079.040,1

Distribución porcentual de emisiones totales por país – Autopistas

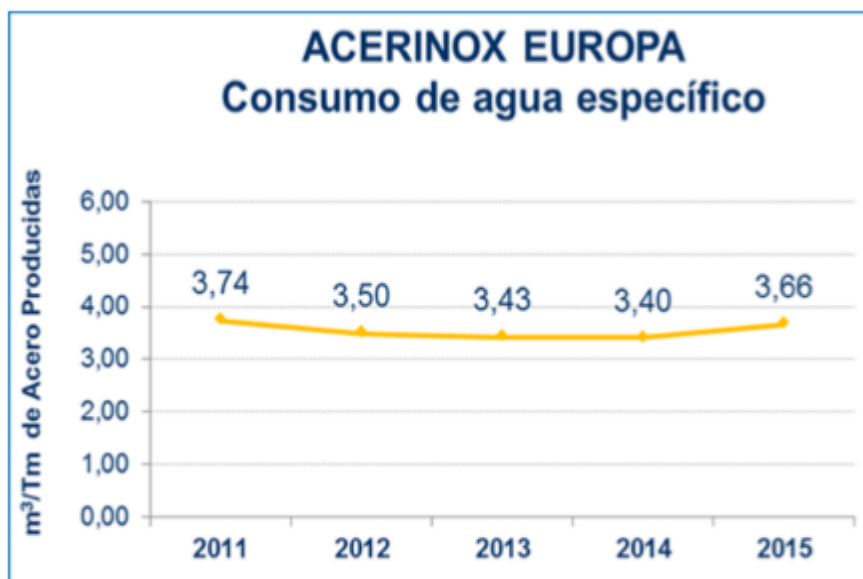


Fuente: Memoria Sostenibilidad Abertis 2015.

• ANEXO 3.

Este gráfico representa el consumo de agua que la compañía emplea en el desarrollo de su actividad. Como puede observarse, gracias a sus políticas de reducción de agua,

se ha producido una reducción más que considerable, en cuanto a toneladas de agua empleadas.



Fuente: Memoria de Sostenibilidad de Acerinox, 2015.

- **ANEXO 4.**

En la siguiente tabla, se puede observar los fondos que la compañía ACS ha destinado al cumplimiento de sus propósitos en RSC en el año 2015. Además se propone que en año 2016, sus fondos y recursos a esta materia serán mayores.

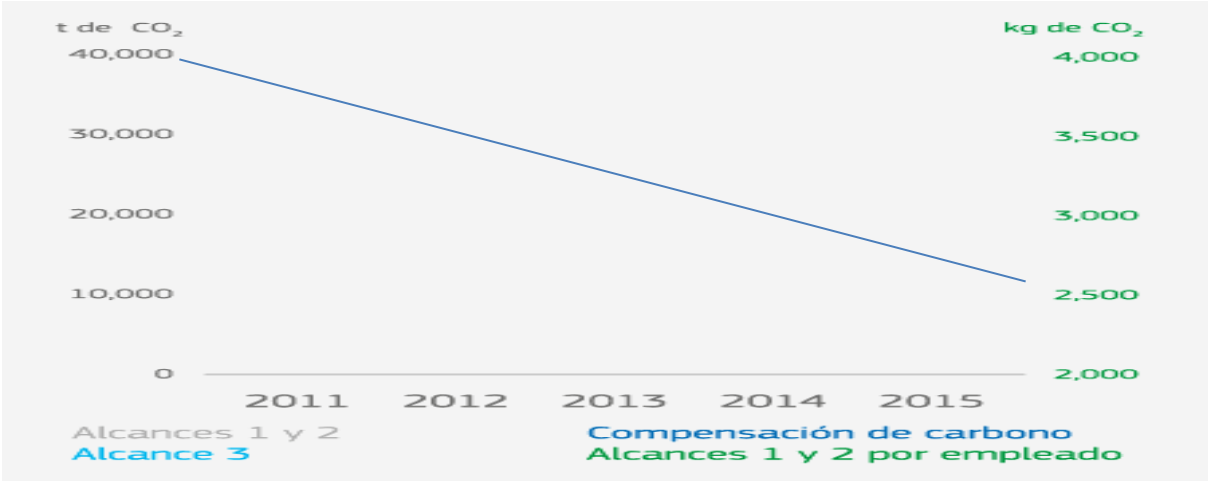
PRINCIPALES INDICADORES DE ACCIÓN SOCIAL

	2015	Objetivo 2016
Fondos en efectivo destinados a Acción Social (millones de euros)	7,4	> 2015
Estimación monetaria de las aportaciones en especie destinadas a la Acción Social (millones de euros)	0,1	> 2015
Estimación de número de personas beneficiadas por la acción social	1.752.484	> 2015
Número de cursos o actividades de concienciación ciudadana realizadas (seguridad vial, medio ambiente, eficiencia, integración social,...)	705	> 2015
Número de voluntarios (empleados) que han participado en estas actividades de concienciación	6.095	> 2015
Número de fundaciones o ONG's que recibieron ayudas/apoyo durante el año	404	> 2015
Número de eventos (conferencias, exposiciones, eventos deportivos,...) patrocinados durante el año.	88	> 2015
Tiempo que los empleados han destinado durante este año a voluntariados durante la jornada laboral (h)	872	> 2015

Fuente: Memoria Sostenibilidad ACS (2015).

- **ANEXO 5.**

Este gráfico muestra la reducción de CO2 de la compañía Amadeus durante los cinco años de valoración. Esto se debe principalmente, a sus campañas y políticas de reducción de gases efecto invernadero.

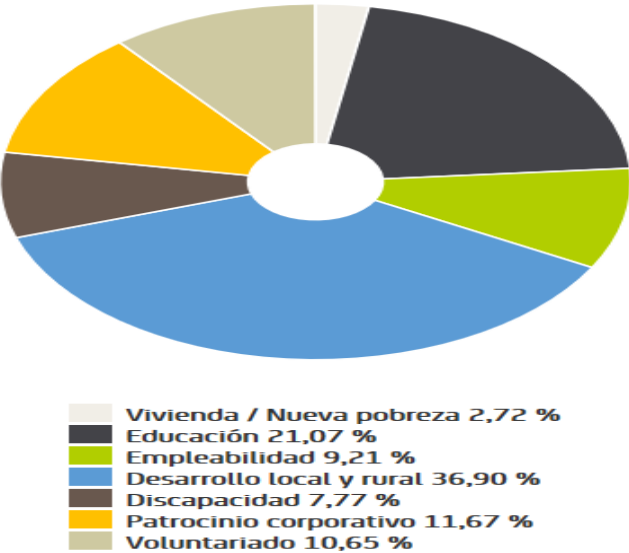


Fuente: Gráfico Junta General Amadeus (Dic-2015).

• **ANEXO 6:**

Este gráfico representa la inversión realizada por Bankia en el año 2015, a la hora de desarrollar su labor en Responsabilidad Social Corporativa, intentando dar cumplimiento a las demandas sociales y necesidades reclamadas por el grupo de interés sociedad.

Inversión Social en 2015



Fuente: Memoria Sostenibilidad Bankia 2015.