



LA RESPONSABILIDAD SOCIAL CORPORATIVA DE LAS EMPRESAS PRESENTES EN EL IBEX 35

AUTORA: PATRICIA RODRÍGUEZ
AYALA

DNI: 71297471-R

TUTORA: EVA FERRANDO DAUFI

MASTER: PSICOLOGÍA DEL
TRABAJO, DE LAS
ORGANIZACIONES Y EN
RECURSOS HUMANOS

CONVOCATORIA: 2º

Resumen

El siguiente trabajo tiene como finalidad estudiar diferentes aspectos relacionados con la Responsabilidad Social Corporativa de las empresas españolas incluidas en el IBEX 35 a 24 de diciembre de 2018, mediante un estudio cualitativo de los aspectos destacados relacionados con el medio ambiente, la sociedad y la economía. Como objetivo final, intentaremos elaborar un ranking partiendo de los puntos obtenidos en cada categoría, sacando las conclusiones obtenidas de dicho estudio.

Consideramos que es un tema de actualidad ya que todas las empresas significativas destinan una cantidad de dinero considerable a este aspecto sostenible, además de que aparece de forma frecuente en la prensa económica nacional e internacional.

Palabras clave: Responsabilidad Social Corporativa, medio ambiente, sociedad, economía, IBEX35.

Abstract

This paper examines various aspects with regard to the Corporate Social Responsibility of the Spanish companies included in the IBEX 35 to December 24, 2018, through a qualitative study of the outstanding aspects related to the environment, society and the economy. As a final objective, we will try to elaborate a ranking based on the points obtained in each category, drawing the conclusions obtained from this study.

We consider it a topical issue since all significant companies spend a considerable amount of money on this sustainable aspect, in addition to appearing frequently in the national and international economic press.

Keywords: Corporate Social Responsibility, environment, society, economy, IBEX35.

INDICE

1. Introducción	1
1.1 Descripción de la empresa y definición del tema a trabajar	1
1.2 Revisión de la literatura.....	3
2. Objetivos	6
2.1 Objetivo general	6
2.2 Objetivos específicos	6
3. Metodología	7
3.1 Método	7
3.2 Procedimiento	8
3.3 Temporalización	17
4. Resultados esperados	21
5. Conclusiones finales	23
5.1 Competencias adquiridas durante el cursado de las asignaturas del master.....	23
5.2 Análisis de las posibles transferencias de los conocimientos al ámbito profesional y en concreto al caso del TFM.....	25
6. Referencias y webgrafía	31

1. Introducción

Mi nombre es Patricia Rodríguez Ayala, tengo 25 años y vivo en Burgos con mi familia. Estudié el grado de Relaciones Laborales y Recursos Humanos en la Universidad de Burgos, posteriormente, realicé la certificación en Coach en la Escuela Internacional de Coach.

Decidí comenzar este master ya que en el grado estudié varias asignaturas relacionadas con la psicología. Me di cuenta de que de todas las ramas posibles: estadística, contabilidad, derecho, seguridad social... La psicología era la que más me apasionaba porque mi aspiración en un futuro es estar en un departamento de desarrollo de recursos humanos.

El tema de Responsabilidad Social Corporativa aparece en la prensa económica casi todos los días. Las empresas invierten una cantidad de dinero muy grande en este aspecto, en mi opinión, más por beneficio personal que de la sociedad. Me interesa conocer en qué aspectos se centran más y si tienen planes concretos o simples acciones generales inespecíficas.

1.1 Descripción de la empresa y definición del tema a trabajar

Antes de comenzar con el estudio considero importante conocer el término de IBEX 35 y que empresas lo forman.

Según (Astudillo, 2009) el Índice Bursátil Español es un índice de capitalización, creado a partir de las acciones de una empresa por el precio de cada una de las acciones, por lo que, su valor en Bolsa, constituido por las treinta y cinco empresas con mayor liquidez del mercado de la Bolsa Española, indistintamente del sector económico en el que se engloben. Los organismos que lo constituyen no reciben el mismo poder, van ponderadas. Las que poseen una mayor capitalización bursátil tienen mayor poder dentro del índice y afectarán en mayor medida en el comportamiento final del IBEX.

El operador de mercados de valores (Bolsas y Mercados, 2014) expone que tanto la entrada como la salida de empresas del índice es decisión de un grupo de expertos llamado Comité Asesor Técnico (CAT o Comité), el cual realiza una lista de participantes empleando información del semestre anterior a la fecha de reunión sobre la actividad de negociación de los activos. Este grupo de expertos se reúne dos veces al año, una en junio y otra en diciembre, poniendo en práctica las modificaciones, principalmente, el primer día hábil de julio y de enero de cada año, aunque también pueden celebrarse asambleas extraordinarias

ante eventos que así lo requieran para cambiar la constitución del IBEX 35. Los cambios que se decidan se publicarán después de que haya cerrado el mercado.

Tabla 1: *Empresas del IBEX 35 a 24/12/2018 según su sector.* Elaboración propia.

EMPRESAS POR SECTOR	
Bienes de consumo	
Inditex	Viscofan
Materiales básicos, industria y construcción	
ACS	Ferrovial
Acerinox	Siemens Gamesa
Acciona	Técnicas Reunidas
Arcelormittal	ENCE
CIE Automotive	
Petróleo y energía	
Endesa	Iberdrola
Enagás	Repsol
Naturgy	Red Electrónica de España
Tecnología y telecomunicaciones	
Amadeus	Cellnex
Indra	Telefónica
Servicios de consumo	
Aena	IAG
Grifols	Mediaset
Meliá Hotels International	
Servicios financieros e inmobiliarios	
Bankia	Caixabank
Bankinter	Inmobiliaria Colonial
BBVA	Merlin Properties
Banco Sabadell	Mapfre
Banco Santander	

A día de hoy cada vez son más las empresas que tienen un área propia de Responsabilidad Social Corporativa para impulsar acciones que repercutan de una manera positiva en la

sociedad, economía y medio ambiente. El motivo principal es el sentido ético de las empresas para contribuir a un mundo mejor. La globalización, el cambio climático y la vertiginosa velocidad a la que el mundo cambia son los factores que han hecho a las empresas recapacitar. Hoy no podemos concebir que una empresa pueda operar sin responsabilizarse del impacto que su actividad genera sobre sus accionistas, comunidades locales, medioambiente, clientes, empleados y sobre la sociedad en general.

También es un tema meramente de marketing para que los inversores vean que su aportación también sirve para dar un beneficio al resto del mundo, no solo para sus intereses personales. La RSC influye positivamente en la reputación de una empresa y en la relación con los stakeholders.

Para concluir, destacar que a lo largo de este trabajo utilizaré el masculino plural para referirme al colectivo de hombres y mujeres en su conjunto.

1.2 Revisión de la literatura

El tema de Responsabilidad Social Corporativa ha suscitado debates desde hace muchos años. La primera vez que se da la definición del tema la expone (Bowen, 1953) como las obligaciones de los empresarios para impulsar políticas corporativas, tomar decisiones o seguir líneas de acción que son deseables en términos de los objetivos y valores de la sociedad.

En España, la definición más empleada en materia de RSC, es la presentada por el (Ministerio de Trabajo y Asuntos Sociales, 2005) el cual expone que la Responsabilidad Social de las empresas es la integración voluntaria en su estrategia, en su gobierno, en sus políticas y en sus procedimientos, de las preocupaciones laborales, sociales y medio ambientales, además del cumplimiento estricto de las obligaciones legales vigentes. Responsabilizándose así de los impactos y de las consecuencias derivadas de sus acciones.

La norma internacional voluntaria (ISO 26000, 2010) define la Responsabilidad Social como la responsabilidad de una organización respecto de los impactos de sus decisiones y actividades en la sociedad y el medio ambiente, por medio de un comportamiento transparente y ético.

En resumen, se puede señalar que la delimitación conceptual de Responsabilidad Social Corporativa ha evolucionado drásticamente a lo largo de los últimos años, por lo que no se ha logrado un consenso en su alcance y significado.

Dentro de la Responsabilidad Social Corporativa consideramos de gran importancia los *Stakeholders*, definidos por (Freeman, 2004) como aquellos grupos que pueden afectar o ser afectados por el logro de los propósitos de la organización. Se pueden clasificar diferentes tipos según su influencia directa:

- Los primarios: Son vitales para el crecimiento continuo y supervivencia de cualquier empresa.
- Los instrumentales: Están en el entorno amplio de la empresa y son aquellos que pueden influenciar a los primarios.

Posteriormente procedemos a obtener información relacionada con el trabajo, desde el punto de vista de diferentes autores que han hecho un estudio semejante.

El análisis de (Oteo y Sanz, 2007), manifiestan que casi la mitad de las empresas analizadas poseen filiales en países considerados paraísos fiscales, también exponen que los resultados referidos a los impactos negativos de los productos son muy incompletos y se opta por una infravaloración de los mismos ya que muchas de las empresas estudiadas producen impactos en áreas de hábitats con valor medioambiental y ricos en biodiversidad. También falta información laboral de los trabajadores que operan en terceros países fuera de la Unión Europea. Como dato positivo, se observa cada vez más un concepto mucho más amplio de Acción Social, definido como toda acción que tenga un sentido para quienes la realizan, afectando la conducta de otros. Cuando hablan sobre el canal de denuncias para empleados no se aportan datos sobre estas, con sus correspondientes investigaciones y consecuencias. Muchas empresas efectúan operaciones en países donde no respetan los Derechos Humanos y la mayoría no aportan información sobre los procedimientos implantados para asegurar estos derechos. En el punto opuesto nos encontramos que solo una empresa informa haber tomado medidas positivas para eliminar la diferencia de salarios entre ambos sexos.

Según el estudio presentado por (Nieto, 2005), se expone que ha cambiado en los últimos años el sistema de valores que tiene la población en los países desarrollados, dando mayor importancia a problemas sociales y medioambientales. Además, el gasto en RSC debe ser el

mismo que el incremento de precio que los clientes están dispuestos a pagar por degustar los bienes y servicios producidos bajo estos criterios responsables. A día de hoy, la mayoría de las empresas no conocen los costes asociados a estas actividades. Gran parte de los problemas podrían solucionarse fomentando nuevos sistemas de información que permitiesen incorporar las pautas de RSC en la toma de decisiones.

En el trabajo de (Moreno y Capriotti, 2006) se indica que casi el 80% de las compañías no tratan el tema de ética corporativa y las que sí que lo hacen lo asocian superficialmente a otros aspectos como el gobierno corporativo o la acción social. Este estudio se focaliza más en la presencia de la RSC en las *webs* corporativas de las empresas que en el contenido de estas. Las empresas asumen un enfoque unidireccional, no lo hacen de forma bidireccional/dialógico ya que no se estimula la interacción con los públicos. No se ofrecen herramientas de evaluación como formularios de opinión, encuestas interactivas, chats...

Además, (Pinillos y Fernández, 2011) opinan que podemos apreciar que la sostenibilidad corporativa tiene más privilegios que la RSC para vincularse al *core business* de una empresa y convertirse en un motor de crecimiento. Esta es importante por su percepción en la empresa, en los medios y en la opinión pública en general porque así se aumentan los beneficios (los negocios son los negocios).

Aprovechando estos estudios vamos a aportar nuestro granito de arena dando una opinión más actual y estudiando diferentes aspectos a los anteriormente presentados, desde un enfoque centrado en los informes encontrados en sus páginas corporativas.

2. Objetivos

A lo largo de este Trabajo de Fin de Master (TFM) se pretende estudiar la relación que puede existir entre las estrategias de Responsabilidad Social Corporativa (RSC). Esto se realizará en todas las empresas presentes a 24 de diciembre de 2018 en el IBEX 35 y se hará una comparación entre ellas.

2.1 Objetivo general

El objetivo principal de esta investigación es estudiar la calidad de la RSC de las empresas más influyentes de España y compararlas entre sí, intentando elaborar un ranking de las mejores organizaciones responsables de 2018.

2.2 Objetivos específicos

De este objetivo general se desglosan diferentes objetivos específicos que permitirán realizar una investigación más completa.

- Conocer la situación actual de la Responsabilidad Social Corporativa en España.
- Describir qué política establece cada empresa a nivel medio ambiental.
- Determinar qué política tiene cada empresa a nivel social.
- Analizar qué política tiene cada empresa a nivel económico.
- Averiguar qué empresas especifican cada política con datos cuantitativos.
- Advertir qué empresas solo nombran las políticas, sin resultados concretos.
- Identificar en qué políticas centran más sus inversiones las empresas.
- Recalcar en qué políticas destinan menos dinero y recursos las empresas.

3. Metodología

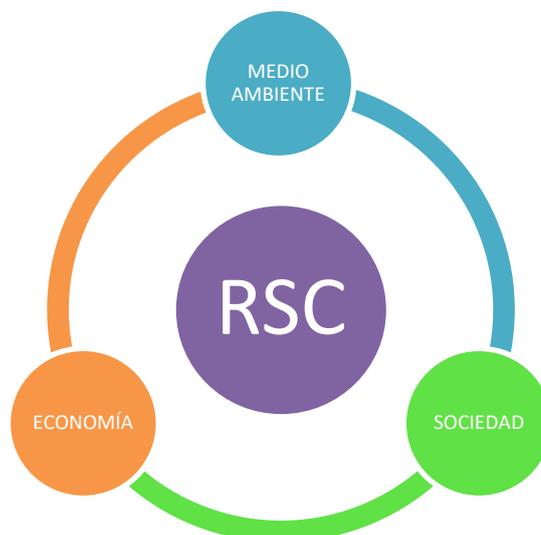
En el siguiente apartado se procederá a analizar las treinta y cinco páginas web de las empresas del IBEX 35 y se estudiarán los diferentes aspectos relacionados con la Responsabilidad Social Corporativa, descritos en el apartado anterior como objetivos específicos. Para finalizar se realizará un ranking con las conclusiones obtenidas.

3.1 Método

A continuación, vamos a analizar todos los resultados obtenidos en el análisis de la RSC de las 35 empresas a 24/12/2018 (Anexos), ya que son los últimos datos registrados, para así obtener un punto de vista comparativo y realizar un *ranking*.

Los resultados se plasmarán en 3 tablas, divididas en seis o siete columnas, señalando los aspectos considerados más representativos de cada categoría. Si la empresa posee uno de estos aspectos se la clasificará con un “SI”, si por el contrario no lo tiene se la clasificará con un “NO”. En la última columna se sumarán el total de los “SI” con un punto cada uno, para posteriormente realizar un ranking de las empresas según los puntos totales obtenidos en las tablas.

Hemos decidido estudiar como aspectos más importantes de la RSC: la sociedad, la economía y el medio ambiente. Uno de los estudios que ratifica esta elección es el denominado triple resultado o triple balance que según (Elkington, 2004) es un término relativo a los negocios sostenibles que hace referencia al impacto que la actividad de una empresa tiene en sus tres dimensiones: social, económica y ambiental.



3.2 Procedimiento

Medioambiente: En este aspecto, plasmado en la (tabla 2), hemos analizado los siguientes puntos ya que son los considerados claves:

- Emisiones de CO₂: Si la empresa ha instaurado acciones concretas para la reducción del efecto invernadero.
- Ruido: Si han realizado acciones concretas para la minoración de las emisiones acústicas.
- Energía renovable: Si la empresa ha empleado algún tipo de energías obtenidas de fuentes naturales e inagotables. Como la solar, eólica...
- Ahorro de energía: Si se han servido de la energía de la forma más coherente, solo usando la necesaria, reduciendo su consumo.
- Agua: Si han reducido el consumo de este recurso.
- Residuos: Si han reutilizado o disminuido el uso de los mismos.
- Aire: Si la empresa ha realizado actuaciones para incrementar su calidad.

Tabla 2: Aspectos medioambientales de las empresas del IBEX 35. Elaboración propia.

EMPRESAS IBEX 35	ASPECTOS DEL MEDIO AMBIENTE							PUNTOS TOTALES
	EMISIONES CO2	RUIDO	ENERGIAS RENOVABLES	AHORRO DE ENERGÍA	AGUA	RESIDUOS	AIRE	
ACCIONA	SI	NO	SI	SI	SI	NO	SI	5/7
ACERINOX	NO	NO	NO	NO	NO	NO	NO	0/7
GRUPO ACS	SI	NO	NO	SI	SI	NO	NO	3/7
AENA	SI	SI	NO	SI	NO	NO	NO	3/7
AMADEUS IT GROUP	SI	NO	NO	NO	NO	NO	NO	1/7
ARCELOR MITTAL	SI	NO	NO	SI	SI	SI	NO	4/7
BANCO SABADELL	NO	NO	SI	NO	NO	NO	SI	2/7
BANCO SANTANDER	SI	NO	NO	SI	NO	NO	NO	2/7
BANKIA	SI	NO	SI	SI	SI	SI	NO	5/7
BANKINTER	SI	NO	NO	NO	NO	NO	NO	1/7
BBVA	SI	SI	SI	SI	NO	NO	NO	4/7
CAIXA BANK	NO	NO	SI	SI	NO	SI	NO	3/7
CELLNEX TELECOM	SI	NO	SI	SI	SI	NO	NO	4/7
CIE AUTOMOTIVE	SI	NO	NO	NO	NO	NO	NO	1/7

ENAGÁS	SI	SI	SI	SI	NO	SI	NO	5/7
ENCE	SI	NO	SI	NO	NO	NO	NO	2/7
ENDESA	SI	NO	NO	SI	NO	NO	NO	2/7
FERROVIAL	SI	NO	NO	SI	SI	NO	NO	3/7
GRIFOLS	NO	0/7						
IAG	SI	NO	SI	NO	NO	NO	SI	3/7
IBERDROLA	SI	NO	SI	NO	NO	NO	SI	3/7
INDITEX	SI	NO	SI	SI	SI	SI	NO	5/7
INDRA	SI	NO	NO	NO	NO	NO	NO	1/7
INMOBILIARIA COLONIAL	NO	NO	NO	SI	NO	SI	NO	2/7
MAPFRE	NO	0/7						
MEDIASET ESPAÑA	SI	NO	NO	SI	SI	SI	NO	4/7
MELIÁ HOTELS	SI	NO	SI	NO	SI	SI	NO	4/7
MERLIN PROPERTIES	SI	NO	SI	NO	SI	NO	NO	3/7
NATURGY	SI	NO	NO	NO	SI	SI	SI	4/7
REE	SI	NO	SI	NO	NO	NO	NO	2/7
REPSOL	SI	NO	NO	NO	SI	SI	NO	3/7
SIEMENS GAMESA	NO	NO	NO	NO	NO	SI	NO	1/7
TÉCNICAS REUNIDAS	SI	NO	NO	SI	NO	NO	NO	2/7
TELEFÓNICA	SI	NO	NO	SI	SI	NO	NO	3/7
VISCOFAN	SI	NO	NO	NO	NO	NO	NO	1/7

Sociedad: En este aspecto, plasmado en la (tabla 3), hemos analizado los siguientes puntos ya que son los considerados claves:

- Igualdad de género: Si la empresa tiene, sobre todo desde el tema de retribuciones, una política de igualdad entre hombres y mujeres.
- Formación: Si ha establecido cursos de formación para los empleados o en algún tema concretos para los clientes o proveedores.
- Voluntariado: Si realiza acciones propias o colabora con alguna asociación dedicada a este aspecto.
- Prevención de riesgos: Si tiene específicamente, un plan de prevención de riesgos laborales propio.
- Quejas y sugerencias: Si los trabajadores, proveedores o clientes tiene alguna medida para aportar quejas y sugerencias.
- Discapacidad: Si tienen en su plantilla a trabajadores con discapacidad o si tienen las instalaciones adaptadas a este colectivo.
- Exclusión social: Si tienen en su plantilla a trabajadores de este colectivo o acciones concretas de inclusión.

Tabla 3: Aspectos sociales de las empresas del IBEX 35. Elaboración propia.

EMPRESAS IBEX 35	ASPECTOS SOCIALES							PUNTOS TOTALES
	IGUALDAD DE GÉNERO	FORMACIÓN	VOLUNTARIADO	PREVENCIÓN DE RIESGOS	QUEJAS Y SUGERENCIAS	DISCAPACIDAD	EXCLUSIÓN SOCIAL	
ACCIONA	SI	NO	SI	SI	NO	SI	NO	4/7
ACERINOX	NO	NO	NO	NO	NO	NO	NO	0/7
GRUPO ACS	SI	NO	NO	SI	NO	NO	NO	2/7
AENA	NO	NO	NO	NO	SI	NO	NO	1/7
AMADEUS IT GROUP	NO	SI	SI	NO	NO	NO	NO	2/7
ARCELOR MITTAL	NO	SI	SI	SI	NO	NO	NO	3/7
BANCO SABADELL	SI	SI	NO	NO	NO	NO	SI	3/7
BANCO SANTANDER	NO	SI	NO	NO	NO	NO	NO	1/7
BANKIA	SI	SI	SI	SI	SI	SI	NO	6/7
BANKINTER	SI	NO	SI	SI	NO	SI	NO	4/7
BBVA	NO	SI	NO	NO	NO	NO	SI	2/7
CAIXA BANK	SI	SI	SI	SI	NO	SI	SI	6/7
CELLNEX TELECOM	SI	SI	SI	SI	NO	SI	SI	6/7
CIE AUTOMOTIVE	NO	SI	NO	SI	SI	NO	NO	3/7

ENAGÁS	NO	NO	NO	SI	NO	NO	NO	1/7
ENCE	SI	SI	NO	SI	SI	NO	NO	4/7
ENDESA	NO	SI	SI	SI	NO	NO	SI	4/7
FERROVIAL	NO	NO	SI	NO	NO	SI	NO	2/7
GRIFOLS	NO	SI	NO	SI	NO	NO	SI	3/7
IAG	SI	SI	NO	SI	SI	NO	NO	4/7
IBERDROLA	NO	SI	NO	NO	NO	SI	NO	2/7
INDITEX	NO	SI	SI	SI	NO	SI	SI	5/7
INDRA	SI	SI	NO	NO	NO	SI	SI	4/7
INMOBILIARIA COLONIAL	SI	SI	NO	SI	NO	NO	NO	3/7
MAPFRE	SI	SI	SI	SI	NO	NO	SI	5/7
MEDIASET ESPAÑA	SI	NO	NO	SI	NO	NO	NO	2/7
MELIÁ HOTELS	NO	SI	NO	NO	NO	NO	NO	1/7
MERLIN PROPERTIES	SI	SI	NO	NO	SI	SI	NO	4/7
NATURGY	SI	SI	NO	SI	SI	NO	NO	4/7
REE	SI	SI	NO	SI	NO	SI	NO	4/7
REPSOL	NO	NO	NO	SI	NO	NO	NO	1/7
SIEMENS GAMESA	NO	SI	NO	SI	NO	NO	NO	2/7
TÉCNICAS REUNIDAS	NO	SI	NO	SI	SI	NO	NO	3/7
TELEFÓNICA	NO	SI	NO	SI	NO	SI	NO	3/7
VISCOFAN	NO	SI	NO	SI	NO	NO	NO	2/7

Economía: En este aspecto, plasmado en la (tabla 4), hemos analizado los siguientes puntos ya que son los considerados claves:

- Compras responsables: Si determina que realiza sus compras de una forma correcta, beneficiosa con la sociedad, el medio ambiente o los proveedores.
- Transparencia: Si realiza todos sus trámites de una forma pública, en la que puedan ser partícipes sus stakeholders.
- Aumento de la inversión en RSC: Si ha aumentado el gasto en este aspecto y lo especifican cuantitativamente.
- Investigación Desarrollo e Innovación (I+D+I): Si ha aumentado el gasto en este aspecto o hay algún avance al respecto.
- Anticorrupción: Si tienen una política específica para evitar malversaciones de capital o fraude.
- Donaciones: Si ha realizado algún donativo a proyectos o actividades beneficiosa para sus grupos de interés.

Tabla 4: Aspectos económicos de las empresas del IBEX 35. Elaboración propia.

EMPRESAS IBEX 35	ASPECTOS ECONÓMICOS						
	COMPRAS RESPONSA BLES	TRANSPAR ENCIA	INVERSIÓN EN RSC	I+D+I	ANTICORR UPCIÓN	DONACION ES	PUNTOS TOTALES
ACCIONA	NO	SI	NO	SI	NO	NO	2/6
ACERINOX	NO	NO	NO	NO	NO	NO	0/6
GRUPO ACS	NO	NO	NO	SI	NO	NO	1/6
AENA	NO	SI	NO	NO	NO	NO	1/6
AMADEUS IT GROUP	NO	NO	SI	NO	NO	NO	1/6
ARCELOR MITTAL	NO	NO	SI	SI	NO	NO	2/6
BANCO SABADELL	NO	SI	SI	NO	NO	NO	2/6
BANCO SANTANDER	NO	SI	SI	NO	NO	NO	2/6
BANKIA	NO	NO	NO	SI	NO	SI	2/6
BANKINTER	NO	SI	NO	SI	SI	SI	4/6
BBVA	NO	SI	NO	NO	NO	NO	1/6
CAIXA BANK	NO	SI	NO	SI	SI	SI	4/6
CELLNEX TELECOM	NO	NO	NO	NO	NO	SI	1/6
CIE AUTOMOTIVE	SI	SI	NO	SI	SI	SI	5/6

ENAGÁS	NO	SI	NO	SI	SI	NO	3/6
ENCE	NO	NO	NO	SI	NO	NO	1/6
ENDESA	NO	SI	NO	SI	NO	NO	2/6
FERROVIAL	NO	NO	SI	SI	NO	SI	3/6
GRIFOLS	NO	NO	NO	NO	SI	SI	2/6
IAG	NO	NO	NO	NO	SI	SI	2/6
IBERDROLA	NO	NO	NO	NO	NO	NO	0/6
INDITEX	NO	NO	SI	SI	NO	SI	3/6
INDRA	NO	NO	SI	SI	NO	SI	3/6
INMOBILIARIA COLONIAL	NO	NO	NO	NO	NO	NO	0/6
MAPFRE	NO	SI	NO	NO	NO	NO	1/6
MEDIASET ESPAÑA	NO	NO	NO	NO	SI	NO	1/6
MELIÁ HOTELS	NO	SI	NO	NO	SI	NO	2/6
MERLIN PROPERTIES	NO	NO	NO	NO	SI	SI	2/6
NATURGY	NO	NO	NO	NO	SI	SI	2/6
REE	NO	NO	SI	SI	NO	NO	2/6
REPSOL	NO	SI	NO	NO	SI	NO	2/6
SIEMENS GAMESA	NO	SI	SI	NO	NO	SI	3/6
TÉCNICAS REUNIDAS	NO	SI	SI	SI	SI	NO	4/6
TELEFÓNICA	NO	SI	NO	SI	NO	NO	2/6
VISCOFAN	NO	NO	NO	SI	NO	NO	1/6

A continuación, en la Tabla 5, sumamos los puntos totales de las tres tablas (medioambiente, sociedad y economía) de las empresas estudiadas anteriormente, citadas por orden alfabético.

Tabla 5: *Puntos totales por empresa*. Elaboración propia.

EMPRESA	PUNTOS TOTALES
Acciona	11/20
Acerinox	0/20
Grupo ACS	6/20
Aena	5/20
Amadeus IT Group	4/20
Arcelor Mittal	9/20
Banco Sabadell	7/20
Banco Santander	5/20
Bankia	13/20
Bankinter	9/20
BBVA	8/20
Caixa Bank	13/20
Cellnex Telecom	11/20
CIE Automotive	9/20
Enagás	9/20
ENCE	7/20
Endesa	8/20
Ferrovial	8/20
Grifols	5/20
IAG	9/20
Iberdrola	5/20

Inditex	13/20
Indra	8/20
Inmobiliaria Colonial	5/20
Mapfre	6/20
Mediaset España	7/20
Meliá Hotels	7/20
Merlin Properties	9/20
Naturgy	10/20
REE	8/20
Repsol	6/20
Siemens Gamesa	6/20
Técnicas Reunidas	9/20
Telefónica	8/20
Viscofan	4/20

En la Tabla 6, se procede a ordenar las empresas dependiendo del número de puntos que han obtenido en la tabla anterior (Tabla 5).

Tabla 6: *Ranking de empresas según los puntos obtenidos en su RSC.* Elaboración propia.

PUESTO	EMPRESA	PUNTOS
1	Bankia	13
2	Caixa Bank	13
3	Inditex	13
4	Acciona	11
5	Cellnex	11
6	Naturgy	10
7	Acelor Mittal	9
8	Bankinter	9
9	CIE	9
10	Enagás	9
11	IAG	9

12	Merlin Properties	9
13	Técnicas Reunidas	9
14	BBVA	8
15	Endesa	8
16	Ferrovial	8
17	Indra	8
18	REE	8
19	Telefónica	8
20	Banco Sabadell	7
21	ENCE	7
22	Mediaset	7
23	Meliá Hoteles	7
24	ACS	6
25	Mapfre	6
26	Repsol	6
27	Siemens	6
28	AENA	5
29	Banco Santander	5
30	Grifols	5
31	Iberdrola	5
32	Inmobiliaria Colonial	5
33	Amadeus	4
34	Viscofan	4
35	Acerinox	0

Hay varios grupos de empresas con la misma puntuación así que están ordenadas de forma alfabética entre ellas.

3.3 Temporalización

Tabla 7: *Temporalización de las actividades a realizar*. Elaboración propia.

TAREA A REALIZAR	FECHA
Definición del tema de estudio con la profesora/ parte de anexos.	Enero
Marco teórico en bases de datos y metodología del TFM/ parte de anexos.	Febrero-Marzo
Redacción del trabajo/ parte de anexos.	Abril-Mayo
Conclusiones.	Junio

Las tutorías se realizaron vía on-line (Skype y correo electrónico), por motivos laborales.

4. Resultados

Lo que se pretende con este estudio es investigar la Responsabilidad Social Corporativa con la información que nos proporcionan las empresas a través de su web corporativa, ya que esta es la visión que pretenden dar al exterior. No se puede realizar el trabajo desde un punto de vista meramente cuantitativo ya que para ello sería necesario pedir a las empresas información específica que no está al alcance de la totalidad de la población.

Como resultado principal cabe destacar que a la hora de plantear el análisis se esperaban obtener mejores resultados. La mayoría de dichas empresas poseen una posición desfavorable ya que tienen información nula o demasiado general sobre las variables decididas como más relevantes en los aspectos de medio ambiente, sociedad y economía.

Esto no tiene por qué significar que cuentan con una política deficiente de Responsabilidad Social Corporativa, puede ser, simplemente, que en sus páginas web no han sabido plasmar sus acciones concretas.

Como resultado específico recalcamos que todas las empresas poseen un Código de Conducta, aunque casi ninguna especifica sus acciones concretas con su coste y mucho menos con los beneficios que estas pueden conllevar. Otra observación es que las empresas se centran más notablemente en los aspectos medioambientales y sociales, mientras que los aspectos económicos suelen estar en un segundo plano ya que no les suelen dar la suficiente importancia desde el punto de vista de la responsabilidad social al identificarlo más con el beneficio propio.

Dentro del aspecto que más acciones genera, el medio ambiental, la mayoría de las empresas cuentan con una política específica para la reducción del CO2 ya que el calentamiento global es el tema que más suele preocupar a la sociedad actual. En el aspecto social, la mayoría de empresas del estudio tiene un plan de formación específico para sus trabajadores, incluso para sus clientes o proveedores, de algún tema concreto, este tema también ha aumentado en importancia en los últimos años ya que es la principal fuente de crecimiento para una empresa a largo plazo, partiendo de la base que los trabajadores es al activo más importante en un centro de trabajo. En el último aspecto estudiado, el económico, destaca la transparencia ya que es el más relacionado con la ética empresarial.

Las empresas Amadeus, Viscofan y Acerinox se encuentran en las últimas posiciones del ranking ya que simplemente han expuesto en su web corporativa los aspectos generales con los que se rigen, pero no se han centrado en especificar ninguna acción concreta ni su inversión en cada una de ellas.

Las empresas Bankia, Caixabank e Inditex se encuentran liderando el ranking con 13 puntos ya que especifican las acciones que realizan por cada proyecto y qué norma concreta cumplen en cada caso.

- Bankia se divide perfectamente en: Un banco sostenible, acción social y grupos de interés.
- Caixabank desglosa en: Modelo, personas, sostenibilidad ambiental, compromiso social, soluciones responsables.
- Inditex está formado por: Producto, comunidad, medio ambiente, empleados, gestión sostenible y proveedores.

5. Conclusiones finales

5.1 Competencias adquiridas durante el cursado de las asignaturas del master

A continuación, procederé a realizar una auto-evaluación sobre las competencias adquiridas y desarrolladas a lo largo del curso. La siguiente tabla ha sido proporcionada por la universidad Jaime I de Castellón y posee una escala 1-4, siendo 1: La competencia para realizar tareas está insuficientemente desarrollada y 4: Se tiene competencias para realizar las tareas sin guía ni supervisión.

Tabla 8: *Competencias adquiridas al realizar el TFM.* Elaboración propia.

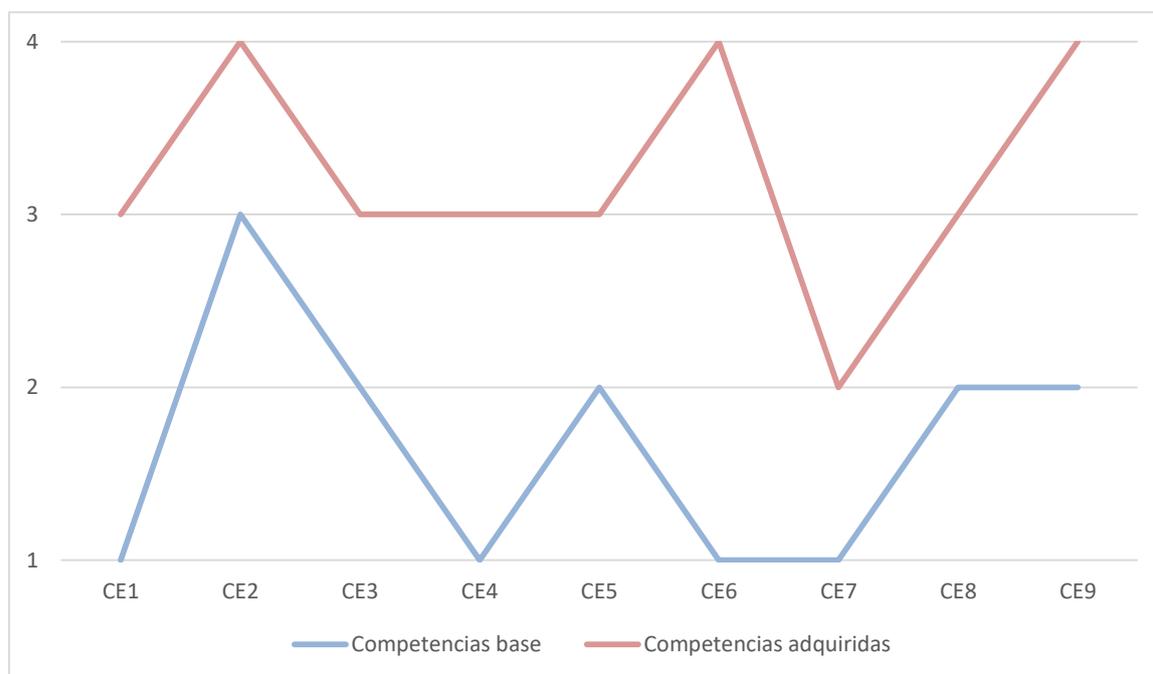
COMPETENCIAS DEL MASTER A VALORAR	1	2	3	4
Interpretar los procesos de desarrollo y las distintas teorías sobre Psicología de la Salud Ocupacional y Ergonomía.	X		X	
Desarrollar una investigación de forma básica en Psicología de la Salud ocupacional, Psicología de las Organizaciones y desarrollo de Recursos Humanos.			X	X
Comparar los diferentes procesos y teorías de desarrollo sobre Psicología de Recursos Humanos.		X	X	
Aplicar los diferentes procesos y teorías de desarrollo de las principales fortalezas organizacionales e individuales sobre Psicología Organizacional Positiva.	X		X	
Valorar las características que determinan la cultura y el clima organizacionales así como los procesos de desarrollo y cambio organizacional a través del tiempo.		X	X	
Implementar las técnicas de gestión de Recursos Humanos e interpretar su relación con el desarrollo personal y la salud psicosocial de grupos en las organizaciones.	X			X

Intervenir en entornos organizacionales a través de la puesta en marcha de prácticas organizacionales que contribuyan a la promoción y la prevención de la salud de los empleados.	X	X		
Aplicar técnicas de optimización/intervención de la salud psicosocial desde la psicología de la salud ocupacional.		X	X	
Juzgar las competencias adquiridas a lo largo del máster de Psicología del Trabajo, de las Organizaciones y en Recursos Humanos.		X		X

X: Competencias base que poseía antes de comenzar el master.

X: Competencias adquiridas y desarrolladas a lo largo del curso.

En esta tabla se exponen las competencias con las que partía y las presentes actualmente al finalizar las asignaturas del master. Se realizará una gráfica comparativa para verlo de una forma más clara.



A lo largo de la realización de este trabajo de fin de master he adquirido muchas competencias, una de los más remarcables es la capacidad de buscar gran cantidad de información y sintetizarla en varias líneas. Además, he aprendido a establecer metas a corto

plazo, subdividiéndolas en acciones concretas alcanzables. Sin olvidar la capacidad de analizar y resolver problemas y la automotivación, muy importantes para poder abarcar cualquier tipo de propósito.

5.2 Análisis de las posibles transferencias de los conocimientos al ámbito profesional y en concreto al caso del TFM

Después de los resultados expuestos con anterioridad, estimo que debería existir una normativa por la cual se deban justificar todos los proyectos de Responsabilidad Social Corporativa, especificando a que colectivo beneficia, con qué entidad colabora y que cantidad de dinero ha sido recaudada para esa acción.

Comparto la opinión de algunos de los autores mencionados a lo largo del estudio, como Pinillos, A. y Fernández, J. (2011). Los cuales afirman que las empresas invierten su dinero en temas de Responsabilidad Social Corporativa ya que esto hará que aumenten sus beneficios a largo plazo, siendo otra táctica de negocio. Hay muchas empresas estudiadas que han salido recientemente en la prensa porque no tienen en cuenta los derechos fundamentales del trabajo, operan en paraísos fiscales...y esto, obviamente no aparece en sus planes de RSC.

Observo que es fácil buscar estas políticas en las webs corporativas ya que las dan mucha importancia y las colocan de una forma muy accesible, aunque la mayoría de los informes están obsoletos y son meramente propuestas de intención y no procedimientos explícitos. Al ser voluntarias todas las acciones, no existe un riguroso control de su cumplimiento ni sanciones si este quebrantamiento sucede. Además, la mayoría de estas empresas no realizan procesos de consulta a sus stakeholders, cuando este es uno de los parámetros más importantes para tener una buena RSC.

Gracias a este estudio he tenido la ocasión de profundizar en un aspecto actual y crucial de las empresas ya que la importancia social y el capital que invierten en este aspecto aumenta progresivamente, teniendo informes más completos año tras año.

Hay que contemplar las limitaciones de esta investigación ya que se presentan variables difíciles de identificar y contabilizar. Me queda una pequeña espinita al no haber obtenido los resultados esperados de las empresas, ya que esperaba que fuesen mucho más cooperativas con su entorno.

Este master me ha impulsado a crecer en mi trabajo actual como consultora de recursos humanos, ya que mí día a día se centra principalmente en la realización de entrevistas, recogida de currículums y todo lo que tiene que ver con la relación directa con los trabajadores. En concreto, he ampliado mis conocimientos sobre cómo tengo que trabajar con personas, cómo empatizar con ellos, cómo debo intervenir en caso de problemas, y hacer todo lo posible para que exista una buen clima laboral dentro de la empresa, entre otras cosas.

En un futuro, si consigo trabajar en un departamento de Recursos Humanos de una gran empresa, pondría todo mi empeño en conseguir que se lleven a cabo todas las políticas sostenibles vistas con anterioridad en el estudio, no solo por el beneficio propio de la empresa, sino que, a mi parecer, una empresa tiene que contribuir a mejorar el bienestar social y medioambiental igual que cada persona en particular. La mayoría son propuestas mínimas que la empresa debería cumplir obligatoriamente, no solo por el hecho de ponerlo en su informe corporativo para quedar bien ante los inversores.

Por último, expongo la necesidad de seguir profundizando en el tema de estudio, analizando la RSC de las empresas más influyentes de España en años posteriores, a nivel global, indagando en sus inversiones específicamente...

6. Referencias y webgrafía

Referencias de autores:

Astudillo, A. (2009). *Diseño de un sistema automático de inversión en bolsa basado en técnicas de predicción de series temporales.*

Bolsas y Mercados Españoles. (2014). Recuperado de <http://www.bolsamadrid.es/esp/indices/ibex/PreguntasClaveIbex35.aspx>

Bowen, H. R. (1953). *Social Responsibilities of the Businessman.*

Elkington, J. (2004). *The Triple Bottom Line: Does it All Add Up.*

Freeman, (2004). *Ethical Leadership and Creating Value for Stakeholders.*

Ministerio de trabajo y asuntos sociales (2005). *Foro de expertos en RSE.* Recuperado de <http://biblioteca.uoc.edu/es/recursos/recurso/informe-del-foro-de-expertos-en-rse>

Moreno, A., Capriotti, P. (2006). *Revista de estudios de comunicación = Komunikazio ikasketen aldizkaria* (1-64). Recuperado de <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=2238751>

Nieto, M. (2005). Difusión de la Responsabilidad Social Corporativa en la empresa española. *Economistas.* 106, 32-44.

Oteo, O., Sanz, C. (2007). *Revista vasca de economía* (150-183). Recuperado de dialnet.unirioja.es

Pinillos, A., Fernández, J. (2011). *Harvard-Deusto Business Review* (5-20).

Legislación:

ISO 26000 (2010). *Implantación ISO 26000.* Recuperado de <https://www.cavala.es/responsabilidad-social/certificado-iso-26000/>

Fuentes web:

REC de Acciona. (24/12/2018). Recuperado de <https://www.acciona.com/es/sostenibilidad/nuestras-personas/>

RSC de Acerinox. (24/12/2018). Recuperado de <http://www.acerinox.com/es/responsabilidad-social/>

RSC de ACS. (24/12/2018). Recuperado de

<http://www.grupoacs.com/index.php/es/c/responsabilidadcorporativ>

RSC de Aena. (24/12/2018). Recuperado de

<http://www.aena.es/es/corporativa/compromisos.html>

RSC de Amadeus. (24/12/2018). Recuperado de

http://www.amadeus.com/web/amadeus/es_ES-ES/P%C3%A1gina-inicial-de-Amadeus/Qui%C3%A9nes-somos/Responsabilidad-social-corporativa/1259071607444-Page-AMAD_DetailPpal

RSC de Arcelormittal. (24/12/2018). Recuperado de

<http://spain.arcelormittal.com/corporate-responsibility.aspx>

RSC de Banco Sabadell. (24/12/2018). Recuperado de

https://www.grupbancsabadell.com/es/XTD/INDEX/?url=/es/RSC/RESPONSABILIDAD_SOCIAL_CORPORATIVA/?menuid=72578&language=es

RSC de Banco Santander. (24/12/2018). Recuperado de

http://www.santander.com/cs/gs/Satellite/CFWCSancomQP01/es_ES/Corporativo/Sostenibilidad.html

RSC de Bankia. (24/12/2018). Recuperado de

<http://www.bankia.com/es/gestion-responsable/>

RSC de Bankinter. (24/12/2018). Recuperado de

<https://webcorporativa.bankinter.com/www2/corporativa/es/sostenibilidad/informe>

RSC de BBVA. (24/12/2018). Recuperado de

<http://accionistaseinversores.bbva.com/TLBB/tlbb/bbvair/esp/responsible/index.jsp>

RSC de CaixaBank. (24/12/2018). Recuperado de

http://www.caixabank.com/responsabilidadcorporativa_es.html

RSC de Cellnex Telecom. (24/12/2018). Recuperado de

<https://www.cellnextelecom.com/responsabilidad-social-corporativa/>

RSC de CIE Automotive. (24/12/2018). Recuperado de

<https://www.cieautomotive.com/rsc>

RSC de Enagás. (24/12/2018). Recuperado de

<https://www.enagas.es/enagas/es/Sostenibilidad>

RSC de ENCE. (24/12/2018). Recuperado de

<https://ence.es/sostenibilidad/codigo-de-conducta/>

RSC de Endesa. (24/12/2018). Recuperado de

<http://www.endesa.com/es/sostenibilidad/home>

RSC de Ferrovial. (24/12/2018). Recuperado de
<http://www.ferrovial.com/es/nuestro-compromiso-ferrovial/>

RSC de Grifols. (24/12/2018). Recuperado de
<https://www.grifols.com/es/commitment>

RSC de IAG. (IBERIA). (24/12/2018). Recuperado de
<http://www.es.iairgroup.com/phoenix.zhtml?c=240950&p=responsibility>

RSC de Iberdrola. (24/12/2018). Recuperado de
<https://www.iberdrola.com/gobierno-corporativo/consejo-administracion/comision-desarrollo-sostenible>

RSC de Inditex. (24/12/2018). Recuperado de
<https://www.inditex.com/es/comprometidos-con-el-medio-ambiente>

RSC de Indra. (24/12/2018). Recuperado de
<http://www.indracompany.com/es/indra/responsabilidad-social-corporativa>

RSC de Inmobiliaria Colonial. (24/12/2018). Recuperado de
<https://www.inmocolonial.com/responsabilidad-social>

RSC de Mapfre. (24/12/2018). Recuperado de
<https://www.mapfre.com/corporativo-es/responsabilidad-social/definicion-objetivos/>

RSC de Mediaset. (24/12/2018). Recuperado de
<http://www.mediaset.es/inversores/es/responsabilidad-corporativa.html>

RSC de Meliá Hotels. (24/12/2018). Recuperado de
<https://www.meliahotelsinternational.com/es/perfil-compania/reputacion-y-sostenibilidad>

RSC de Merlin Properties. (24/12/2018). Recuperado de
<http://www.merlinproperties.com/sostenibilidad/>

RSC de Naturgy. (24/12/2018). Recuperado de
<https://www.naturgy.com/sostenibilidad/gestion-de-la-sostenibilidad/politicas-y-codigos-de-conducta/politica-de-responsabilidad-corporativa>

RSC de REE. (24/12/2018). Recuperado de
<http://www.ree.es/es/informe-anual-2014/>

RSC de Repsol. (24/12/2018). Recuperado de
<https://www.repsol.com/es/sostenibilidad/index.cshtml>

RSC de Siemens Gamesa. (24/12/2018). Recuperado de
<http://www.gamesacorp.com/es/sostenibilidad/>

RSC de Técnicas Reunidas. (24/12/2018). Recuperado de

<http://www.tecnicasreunidas.es/es/informacion-para-accionistas-e-inversores/responsabilidad-social-corporativa/>

RSC de Telefónica. (24/12/2018). Recuperado de

<https://www.telefonica.com/es/web/sostenibilidad>

RSC de Viscofan. (24/12/2018). Recuperado de

<http://www.viscofan.com/es/responsabilidad-corporativa/sociedad>