

**ESG AUDIT:  
MODELO DE RÁTING PARA LA ESG  
PARAMETRIZACIÓN DE LA RELACIÓN DE  
LA EMPRESA CON SU ENTORNO**

Tesis doctoral  
dirigida por  
Joan RIPOLL ALCON

Universitat Abat Oliba CEU  
Facultad de Ciencias Sociales  
Programa de doctorado en Humanidades y Ciencias Sociales  
Departamento de Ciencias Económicas y Empresariales



**“No es la benevolencia del carnicero, del cervecero o del panadero la que nos procura el alimento, sino la consideración de su propio interés. No invocamos sus sentimientos humanitarios sino su egoísmo. Ni les hablamos de nuestras necesidades, sino de sus ventajas. ”**

Adam Smith



---

## Resumen

Esta tesis doctoral propone un modelo de r ating para valorar la relación de las empresas con su entorno de una forma objetiva, contrastable, cuantificable y comparable. Inspirado en los usados por las agencias de calificación de riesgo, el modelo *ESG Audit* ofrece una escala de calificación alfabética que permite resumir una gran cantidad de información. Por ahora, esta información se ofrece en formato cualitativo y obliga a sus analistas a leer extensos informes de RSC diseñados por las empresas como herramienta de comunicación corporativa.

Con voluntad de demostrar que la relación de la empresa con el entorno tiene relevancia más allá del marketing éste estudio se fundamenta en la ESG, un concepto de base analítica que facilita la identificación de su valor contable. Así se logra demostrar que mantener una buena relación con el entorno no es una cuestión filantr pica, sino que tiene gran influencia en la consecución de los objetivos de la empresa.

## Abstract

This study proposes a model of rating to evaluate the relationship of the companies with their environment in an objective, contrastable, measurable and comparative way. Inspired in the used by the risk rating agencies, the *ESG Audit* model offers a scale of alphabetical qualification that allows resuming a huge quantity of information. For now, this information is offered in a qualitative format and forces the analyst to read extensive reports of CSR designed by companies as an advertising tool.

With the willingness of demonstrated that the relationship of the company with its environment has relevance beyond the marketing this study is based on ESG, a concept with an analytic base that facilitates the identification of its accounting value. It manages

---

to demonstrate that keeping a good relationship with the environment is not a philanthropic matter, but has a big influence in the achievement of the company's objectives.

## **Resum**

Aquest estudi proposa un model de ràting per valorar la relació de les empreses amb el seu entorn de manera objectiva, contrastable, quantificable i comparable. Inspirat en el models utilitzats per les agències de qualificació de risc, el model *ESG Audit* ofereix una escala de qualificació alfabètica que permet resumir una gran quantitat d'informació. Ara per ara, aquesta informació s'ofereix en format qualitatiu i obliga als analistes a llegir extensos informes de RSC dissenyats per les empreses com a eina de comunicació corporativa.

Amb la voluntat de demostrar que la relació de l'empresa amb el seu entorn té rellevància més enllà del màrqueting, aquest estudi es fonamenta en la ESG, un concepte de base analítica que facilita la identificació del seu valor comptable. Així s'aconsegueix demostrar que mantenir una bona relació amb l'entorn no és una qüestió filantròpica, sinó que té una gran influència en la consecució dels objectius de l'empresa.

## **Palabras clave**

ESG – RSC - Sistema de Rating - Responsabilidad Social - Negocio sostenible -  
ESG Audit

## **Keywords**

ESG – RSC - Rating System - Social Responsibility - Sustainable Business - ESG Audit

---

## Índice de contenido

Introducción.....	15
PRIMERA PARTE.....	27
Capítulo 1. RSC, <i>Shared Value</i> y ESG: Distintas formas de entender la relación entre la empresa y su entorno.....	29
1.1. Origen de la responsabilidad social de las empresas.....	30
1.2. Situación actual de la responsabilidad social y sus efectos en la gestión empresarial y gubernamental.....	33
1.3. La RSC: Una herramienta de comunicación.....	39
1.4. El Shared Value: Una visión práctica de la RSC.....	47
1.5. La ESG: La responsabilidad social como inversión.....	54
1.6. <i>Los tres pilares de la ESG. Environmental, Social and Governance</i> .....	60
1.6.1. Environmental.....	60
1.6.2. Social.....	61
1.6.3. Governance.....	63
1.7. Perspectiva de futuro de la ESG.....	64
Capítulo 2. Los stakeholders y la ESG.....	69
2.1. Los accionistas.....	71
2.1.1. El caso General Electric.....	71
2.1.2. El caso PUMA.....	75
2.2. El Estado.....	78
2.2.1. El caso BMW.....	81
2.2.2. El caso La Fageda.....	84
2.3. Los proveedores.....	85
2.3.1. El caso Nestlé.....	89
2.4. Los clientes.....	92
2.4.1. El caso H&M.....	94
2.5. Los trabajadores.....	96
2.5.1. El caso Johnson & Johnson.....	98
2.6. Los grupos de presión.....	99
2.6.1. El caso Nike.....	100
2.6.2. El caso Greenpeace.....	101

---

Capítulo 3. Las Inversiones Socialmente Responsables y los modelos de análisis de la ESG.....	103
3.1. El funcionamiento de las ISR.....	103
3.2. La falta de exigencia y de rigor en la gestión de las ISR.....	106
3.3. La rentabilidad de las ISR.....	109
3.4. Sobre la fundación de un fondo ISR.....	112
3.5. Las normas de análisis de la ESG.....	117
3.5.1. Pacto Mundial.....	118
3.5.2. GRI. Global Reporting Initiative.....	119
3.5.3. AA 1000 AccountAbility.....	120
3.5.4. SA 8000 Social Accountability International.....	122
3.5.5. SGE 21.....	123
3.5.6. ISO 26000.....	124
3.6. Diagnóstico de los actuales modelos de análisis.....	125
 SEGUNDA PARTE.....	 127
 Capítulo 4. El modelo de calificación <i>ESG Audit</i> .....	 129
4.1. Introducción al modelo <i>ESG Audit</i> .....	130
4.2. Definición de las variables del modelo <i>ESG Audit</i> .....	132
4.3 Variables del pilar Environmental.....	134
4.4. Variable del pilar Social.....	150
4.5. Variables del pilar Governance.....	169
4.6. Metodología.....	189
4.7. La obtención de la información.....	200
 Capítulo 5. El modelo <i>ESG Audit</i> puesto en práctica.....	 203
5.1. El cálculo del r�ating individual de las variables.....	204
5.2. Resumen de los r�atings individuales.....	217
5.3. De los r�atings individuales al r�ating global.....	219
 Capítulo 6. Consideraciones sobre el análisis económico de la ESG.....	 223
6.1. La integración de la ESG en la contabilidad.....	223
6.2. La ESG como activo intangible.....	225
6.3. Dificultades en la activación de la ESG.....	227
6.4. <i>Aproximación a la cuantificación económica de la ESG</i> .....	229

---

---

6.5. La contribución de la empresa a los trabajadores y al Estado.....	231
6.6. La contribución de la empresa a los inversores.....	233
6.7. Formalización económica de la contribución a los trabajadores, al Estado y a los inversores.....	234
6.8. ESG y Valor Añadido.....	238
6.9. La valoración económica de la dimensión ambiental (E) de la ESG.....	241
Conclusiones.....	255
Futuras líneas de investigación.....	261
Bibliografía.....	265
Anexo 1. Documento auxiliar para parametrizar la explotación de centros productivos según el respeto a los derechos laborales de los países donde están situados.....	275
Anexo 2. Documento auxiliar para parametrizar la relación con otras empresas según su rating de ESG.....	281
Anexo 3. Documento auxiliar para parametrizar la relación con paraísos fiscales y países <i>off-shore</i> .....	283
Anexo 4. Documento auxiliar para parametrizar la explotación de centros productivos según el respeto a los Derechos Humanos de los países donde están situados.....	285
Anexo 5. Cuestionario de ESG presentado a las empresas.....	289
Anexo 6. Resultados de la aplicación del modelo de rating de ESG.....	293
1. Análisis de ESG de GIROASSIST S.L.....	294
2. Análisis de ESG de ASSOCIACIÓ CATALANA D'ESCLEROSI MÚLTIPLE J.M. CHARCOT.....	296
3. Análisis de ESG de TALLER DE DISMINUÏTS FÍSICS S.L.U. (TADIFI).....	298
4. Análisis de ESG de GIROPARK S.L.....	300

---

---

## Índice de Tablas

Tabla 1: Los diez principios del Pacto Mundial de las Naciones Unidas.....	38
Tabla 2: Composición del FTSE4GOOD IBEX comparado con la composición del IBEX-35.....	108
Tabla 3: Lista de empresas que forman parte del GVC Gaesco Sostenible ISR.....	116
Tabla 4: Variables Medioambientales.....	135
Tabla 5: Estructura de la variable: Nivel de reciclaje.....	136
Tabla 6: Estructura de la variable: Generación de residuos tóxicos.....	137
Tabla 7: Estructura de la variable: Nivel de contaminación ambiental.....	139
Tabla 8: Estructura de la variable: Consumo de agua.....	140
Tabla 9: Estructura de la variable: Impacto sobre los ecosistemas.....	141
Tabla 10: Estructura de la variable: Riesgo de causar catástrofes medioambientales.....	142
Tabla 11: Estructura de la variable: Nivel de eficiencia energética.....	144
Tabla 12: Estructura de la variable: Dependencia de los combustibles fósiles.....	145
Tabla 13: Estructura de la variable: Apoyo a las energías renovables.....	147
Tabla 14: Estructura de la variable: Desarrollo de programas de reducción de consumo energético.....	149
Tabla 15: Variables Sociales.....	151
Tabla 16: Estructura de la variable: Contratación de personas con problemas de inclusión social.....	152
Tabla 17: Estructura de la variable: Paridad de género en la plantilla.....	153
Tabla 18: Estructura de la variable: Contratación de residentes en el área geográfica en puestos directivos.....	155
Tabla 19: Estructura de la variable: Uso de mano de obra infantil.....	157
Tabla 20: Estructura de la variable: Centro productivos en países sin derechos laborales.....	158
Tabla 21: Estructura de la variable: Nivel de reclamaciones de asociaciones de consumidores.....	160
Tabla 22: Estructura de la variable: Nivel de compras a empresas según su rating de ESG.....	161
Tabla 23: Estructura de la variable: Nivel de ventas a empresas según su rating de ESG.....	163
Tabla 24: Estructura de la variable: Apoyo a la investigación médica y a programas de educación.....	165
Tabla 25: Estructura de la variable: Apoyo a actividades culturales.....	168
Tabla 26: Variables de Gobernanza.....	170

---

---

Tabla 27: Estructura de la variable: Nivel de huelgas.....	171
Tabla 28: Estructura de la variable: Diferencia entre los salarios de los trabajadores y los mínimos fijados en convenio para su categoría.....	172
Tabla 29: Estructura de la variable: Bajas por accidente laboral.....	174
Tabla 30: Estructura de la variable: Nivel de prestación por maternidad y paternidad.	176
Tabla 31: Estructura de la variable: Relación con paraísos fiscales e inversiones offshore.....	177
Tabla 32: Estructura de la variable: Relación con países que no respetan los Derechos Humanos.....	181
Tabla 33: Estructura de la variable: Contenciosos con la Administración Tributaria.....	183
Tabla 34: Estructura de la variable: Condenas firmes.....	185
Tabla 35: Estructura de la variable: Depuración de responsabilidades en caso de condena.....	186
Tabla 36: Estructura de la variable: Gestión de la protección de datos.....	188
Tabla 37: Categorías de la agrupación número 35 del CNAE.....	193
Tabla 38. Puntuación del r�ating global.....	200
Tabla 39: R�atings individuales.....	217
Tabla 40. Obtención del r�ating global.....	220
Tabla 41. Ejemplo estructura de Pérdidas y Ganancias (PyG).....	230
Tabla 42. Valor Añadido.....	231
Tabla 43. PyG desde la perspectiva de la Contribución a los Trabajadores y al Estado (CTS).....	232
Tabla 44. CTS.....	232
Tabla 45. Reservas (R).....	233
Tabla 46. CTS+R.....	234
Tabla 47. Valor Añadido CTS+R.....	240
Tabla 48. Valor añadido CTS+R sin dividendos.....	240
Tabla 49. PyG mediante Valor Añadido.....	243
Tabla 50. Valor Añadido según ventas y consumo.....	243
Tabla 51. Aplicación fórmulas Valor Añadido.....	244
Tabla 52. PyG desarrollado.....	246
Tabla 53. CTS desarrollado.....	247
Tabla 54. CTS+R desarrollado I.....	247
Tabla 55. CTS+R desarrollado II.....	248
Tabla 56. Valor Añadido sin corrección E.....	249
Tabla 57. Valor Añadido con corrección E.....	250

---

---

Tabla 58. CTS+R ejemplo inicial.....	251
Tabla 59: Violaciones irregulares de los derechos laborales.....	276
Tabla 60: Violaciones repetidas de los derechos laborales.....	277
Tabla 61: Violaciones regulares de los derechos laborales.....	278
Tabla 62: Violaciones sistemáticas de los derechos laborales.....	278
Tabla 63: Derechos laborales no garantizados.....	279
Tabla 64: Derechos no garantizados debido a la desintegración del Estado de Derecho .....	279
Tabla 65: Sin datos sobre el respeto de los derechos laborales.....	280
Tabla 66: Relación de empresas analizadas por el modelo ESG Audit.....	281
Tabla 67: Relación de paraísos fiscales y offshore.....	283
Tabla 68: Relación de países libres.....	286
Tabla 69: Relación de países parcialmente libres.....	287
Tabla 70: Relación de países sin libertad.....	288
Tabla 71: Cuestionario presentado a las empresas.....	289
Tabla 72: Análisis de ESG de GIROASSIST S.L.....	294
Tabla 73: Análisis de ESG de ASSOCIACIÓ CATALANA D'ESCLEROSI MÚLTIPLE J.M. CHARCOT.....	296
Tabla 74: Análisis de ESG de TADIFI.....	298
Tabla 75: Análisis de ESG de GIROPARK S.L.....	300

## Índice de Figuras

Figura 1: Esquema del Shared Value.....	52
Figura 2: Medir el Shared Value.....	53
Figura 3: Progresos de Ecomagination.....	73
Figura 4: Objetivos Ecomagination.....	73
Figura 5: Cadena de aprovisionamiento de PUMA.....	76
Figura 6: Coste de la huella ambiental de PUMA.....	76
Figura 7: Países subministradores de componentes del EuroFighterTyphoon.....	88
Figura 8: Funcionamiento del Plan COCOA.....	92
Figura 9: Funcionamiento de "Dale a la moda una segunda oportunidad".....	95
Figura 10: Relación de la rentabilidad-riesgo de la ISR.....	110
Figura 11: Evolución comparada del FTSE4Good IBEX y el IBEX-35.....	111
Figura 12: Los 10 principios del Pacto Mundial.....	118
Figura 13: Cambios para la G4 del GRI.....	120

---

---

Figura 14: Esquema AA 1000.....	121
Figura 15: Esquema SA 8000.....	122
Figura 16: Esquema SGE21.....	124
Figura 17: Esquema ISO 26000.....	125



## Introducción

### *I Justificación del interés de la investigación*

Ante el notable aumento de la competencia que han experimentado los mercados de todo el planeta a raíz del proceso de globalización, las pautas de consumo se han visto afectadas. El binomio calidad versus precio ha sido complementado por una serie de valores añadidos con los cuales las empresas han dotado a sus productos y servicios para hacerlos más atractivos para el consumidor, diferenciándolos de los de la competencia. La mayoría de estos valores añadidos que diferencian el producto de la competencia hacen referencia a la forma en como la empresa se relaciona con su entorno (KOTLER & ARMSTRONG. 2013).

Las empresas se han dado cuenta que los consumidores cada vez muestran más interés en aquellos productos que resulten de una relación positiva entre la empresa y su entorno, lo que se conoce como Responsabilidad Social Corporativa (RSC). Para sacarle el máximo provecho las empresas han lanzado toda clase de iniciativas socialmente responsables y han creado innumerables campañas publicitarias hasta el punto de desvirtuar el concepto RSC. Actualmente la Responsabilidad Social Corporativa se percibe como una herramienta para incrementar la fuerza de venta a través del marketing (ANDREU. 2011). Pero al consumir productos socialmente responsables el consumidor pretende ejercer presión para favorecer el desarrollo de actitudes responsables por parte de las empresas, y se muestra decepcionado cuando se da cuenta que lo único que está haciendo es consumir publicidad.

Por este motivo, desde el mundo académico y empresarial hace unos años que se ha

empezado a usar el término ESG, iniciales de *Environmental, Social and Governance*. Esta nueva nomenclatura pretende distanciarse de la RSC y divulgar la relevancia que tiene la relación de la empresa con su entorno mas allá de los departamentos de marketing de las grandes corporaciones. La ESG ofrece un análisis un poco mas sistemático de esta relación entre empresa y entorno al dividirlo en tres grandes bloques. Un primer bloque que analiza todas aquellas actuaciones que afectan al medio-ambiente. Un segundo bloque que trata la relación entre empresa y sociedad. Y un tercer bloque que describe la gobernanza de la propia empresa.

El bloque "*environmental*" hace referencia a como interactúa la empresa con el medio-ambiente. Por tanto es aquí donde se analizarán los niveles de contaminación, la emisión de gases de efecto invernadero, el consumo energético, el desarrollo de energías limpias, el tratamiento de residuos, el reciclaje, la generación de residuos tóxicos, la deforestación, la protección de la fauna y la flora y cualquier otro aspecto relacionado con la ecología.

El bloque "*socia*" incluirá toda la relación entre la empresa y su entorno social. En este se tratarán aspectos como la contratación de trabajadores con problemas de inclusión en el mercado laboral, paridad de género en las plantillas, lucha contra la mano de obra infantil, procesos de deslocalización, denuncias de asociaciones de consumidores, inversión en investigación médica y en programas de educación y relación con otras empresas que favorezcan el bienestar social.

El último bloque, el "*governance*", hace referencia a las políticas de gestión de la empresa. Estas incluyen desde la relación con los propios trabajadores y directivos a la gestión de la inversión, pasando por el respeto a la legalidad. Así, en este último bloque tendrán cabida los análisis sobre el seguimiento de huelgas, la diferencia salarial entre

trabajadores, el número de accidentes laborales, las facilidades a la maternidad, los contenciosos con trabajadores, la inversión en negocios perjudiciales para el bienestar social, la inversión en paraísos fiscales, los contenciosos con la Administración Tributaria y la implicación en casos de corrupción.

De esta forma la ESG se presenta como un concepto más definido y concreto que la RSC. Pero aun así sigue arrastrando algunos de los problemas de su antecesora. El principal punto a resolver es la oferta informativa. Actualmente toda la información sobre la ESG y la RSC es de carácter cualitativo. Esto implica que para poder conocer con detalle la forma de trabajar de una empresa se necesitará estudiar un informe que generalmente no baja de las 20 páginas. Una vez digerida la información presentada en el informe, esta no será útil para ser comparada con la de otras empresas. La información cualitativa dificulta en gran medida la posibilidad de hacer análisis y comparativas.

Poder conocer y comparar la forma en como las empresas se relacionan con su entorno es importante para todos los stakeholders ya que les ayudará a conocer y a elegir el tipo de empresas con las que quieren relacionarse. Ello requiere acceso fácil a una información clara, ágil y comparable, atributos que en la actualidad no son propios ni de la ESG ni de la RSC.

Para ello, este estudio ofrecerá una herramienta que facilite a los stakeholders el conocimiento sobre como las empresas se relacionan con su entorno, el modelo *ESG Audit*. Este innovador modelo de r ating para la ESG destaca entre la oferta informativa existente en este campo gracias a su toma de datos contrastables, su proceso de análisis objetivo, sus cálculos cuantificables y sus resultados comparables.

### *II Objetivos e hipótesis de la investigación*

La responsabilidad social de las empresas es entendida muchas veces como un componente ético que hace más atractivo el producto y logra potenciar las ventas. Pero el potencial de la ESG va mucho más allá. Ante unos mercados cada vez más regulados y unos consumidores cada vez más concienciados se debe observar que tanto la legislación como las pautas de consumo tenderán a penalizar cualquier comportamiento que no sea beneficioso para la sociedad. Aquellas empresas que sepan gestionar correctamente su interacción con el entorno disfrutarán de grandes oportunidades mientras evitarán riesgos. Pero las empresas que pretendan fundamentar su negocio en reducciones de costes derivadas de tratos poco favorables a su entorno, tarde o temprano sufrirán las consecuencias (FERNANDEZ. 2009).

Valga como ejemplo el hipotético caso de una empresa que tenga un alto consumo de carburante, como podría ser una compañía de autocares. Si no inicia estrategias para disminuir su dependencia del gasoil, en pocos años el incremento del precio al que esta materia primera haya llegado podría abocarla a la quiebra. Otro caso puede ser el de una empresa que mantenga buena relación con sus trabajadores. Eso le puede suponer un sobrecoste respecto la competencia, pero también le ayudará a mantener y captar los mejores talentos del sector y aumentar así la productividad. Y un tercer ejemplo se puede encontrar en las empresas que usan mano de obra infantil. Aun haciendo uso de ella en países donde sea legal, se han observado numerosos casos en que los consumidores han respondido masivamente comprando los productos de la competencia.

Se llega así a la conclusión que la ESG es una herramienta de análisis que ultrapasa las actuaciones de corte moral. El efecto que a medio y largo plazo puede tener la

relación de una empresa con su entorno es de tal relevancia que será de interés para proveedores, accionistas, trabajadores, administraciones públicas y consumidores. Pero como se ha comentado anteriormente, en la actualidad todo este interés se tiene que satisfacer a través de informes poco exhaustivos y siempre de carácter cualitativo, cosa que dificulta notablemente su análisis.

Existe pues una gran necesidad, lograr hacer un análisis cuantitativo de todos estos puntos que definen la relación de las empresas con su entorno (PAREDES, RODRIGUEZ & DE LA CUESTA. 2015). Para hacerlo será de vital importancia evitar fundamentar el análisis en datos facilitados por la empresa analizada. Ésto podría convertir el modelo *ESG Audit* en una herramienta publicitaria como ha ocurrido con la RSC. Así pues, todos los datos que se procesen deberán ser contrastables. También será necesario que el diseño del modelo siga una metodología científica. Es decir, se debe evitar que cada informe quede condicionado a las consideraciones subjetivas de su analista. Por tanto el modelo *ESG Audit* debe facilitar en todo momento la objetividad del análisis.

La mayor innovación que presentará este modelo será la parametrización de todas las variables que se han descrito sobre la relación de la empresa con su entorno, transformándolas en valores numéricos. Por último, el modelo *ESG Audit* deberá facilitar la comparación entre distintas empresas analizadas. Para ello se transformarán los valores numéricos resultantes de la parametrización en calificaciones alfabéticas de r ating. El resultado obtenido tendr a una forma parecida a la que usan las compa anas de r ating para resumir sus análisis de riesgo y solvencia.

Para desarrollar este proyecto es imprescindible fijar los objetivos concretos que se perseguir an. Existe un objetivo principal del que depender an otros cuatro objetivos secundarios:

**Objetivo principal:** Desarrollo de un modelo de análisis que permita internalizar el valor potencial de la ESG.

El objetivo principal de este estudio será el diseño del modelo *ESG Audit*. Éste deberá analizar la ESG de forma contrastable, objetiva, cuantitativa y comparable. Estas características ayudarán a valorar con detalle y rigor la relación que las empresas establecen con su entorno ambiental, social y de gobierno corporativo. A partir de aquí nacerán cuatro objetivos secundarios:

**O<sub>1</sub>.** Determinar la relevancia de la responsabilidad social de las empresas más allá de su valor como herramienta de comunicación corporativa.

La responsabilidad social se ha convertido para muchas empresas en un importante reclamo que utilizan sus departamentos de marketing para incrementar las ventas. Uno de los objetivos de este estudio será demostrar que los beneficios que puede aportar la ESG a una empresa son más completos de los que se puedan obtener de su utilización como herramienta de comunicación corporativa.

**O<sub>2</sub>.** Demostrar que la ESG presenta notables mejoras respecto la RSC para analizar la relación que la empresa establece con su entorno.

La RSC ha sido un término que con gran éxito ha logrado divulgar los principios de la responsabilidad social de las empresas. No obstante, presenta algunas deficiencias si se pretende usar para analizar de forma rigurosa las características e implicaciones de la relación que establecen las empresas con su entorno. Para ello este estudio se propone como objetivo reivindicar la ESG como una mejor herramienta de análisis.

**O<sub>3</sub>.** Demostrar que la ESG puede ser parametrizada de forma contrastable, objetiva, cuantificable y comparable.

La ESG engloba conceptos muy heterogéneos y requiere información de campos muy diversos. Por este motivo la mayor parte de los informes de ESG se fundamentan en información presentada por la propia empresa, que no es contrastada. Además, dicha información es interpretada sin un método científico, por lo que el analista aporta una gran carga subjetiva. En su gran mayoría se trata de información redactada en forma de texto, es decir que tiene un formato difícilmente cuantificable. Y esta difícil cuantificabilidad hace muy tedioso y poco riguroso cualquier intento de comparar distintos informes de ESG. En este estudio se tendrá como objetivo demostrar que se puede parametrizar la ESG de una forma contrastable, objetiva, cuantificable y comparable.

**O<sub>4</sub>.** Definir una metodología de base contable a partir de la cual descubrir el valor de la ESG.

El cuarto y último objetivo depende de que se pueda lograr el tercero. Si se consigue parametrizar de una forma contrastable, objetiva, cuantificable y comparable la ESG, se abre la puerta a que también se logre su integración en la contabilidad. Así pues el último de los objetivos de este estudio será la definición de un método de base contable que permita aflorar el valor de la ESG.

El desarrollo de esta investigación se sustentará sobre las siguientes cuatro hipótesis:

**H<sub>1</sub>.** La ESG es una herramienta que permite mejorar las cuentas de resultados de las empresas a medio y largo plazo.

La primera hipótesis será que la forma en como las empresas se relacionan con su entorno puede tener implicaciones en las cuentas de resultados de las empresas. Esta hipótesis se sustenta sobre la noción de que determinadas estrategias de negocio coincidentes con el interés del conjunto de la sociedad pueden contribuir a prevenir riesgos, facilitar las relaciones con las administraciones públicas, disminuir costos e incrementar ingresos.

**H<sub>2</sub>.** Las relaciones que las empresas establecen con su entorno son parametrizables.

La segunda hipótesis es que el conjunto de relaciones que la empresa establece con su entorno puede ser sintetizado para que su tratamiento sea ágil y versátil. Pues, por más dificultades que pueda conllevar la gestión de la multiplicidad de variables y unidades de medida y por mas variados que sean los campos que intervienen en las relaciones entre la empresa y su entorno, si se hace un análisis riguroso de la realidad ésta puede ser parametrizada.

**H<sub>3</sub>.** Es posible resumir la ESG de las empresas mediante un sistema de r ating.

La tercera hipótesis observa que la ESG puede ser resumida para procesarla usando un sistema de r ating. Esta hipótesis se sustenta sobre los logros conseguidos por las empresas de calificación de deuda, quienes han sido capaces de comunicar a través de simples índices alfabéticos una realidad tan compleja como es la solvencia de empresas e instituciones. Nada hace prever que si se ha logrado desarrollar r atings para la solvencia de las empresas no se pueda lograr diseñar r atings para la ESG de éstas.

**H<sub>4</sub>.** Existe un valor inherente a la ESG que puede ser integrado en la contabilidad.

La cuarta y última hipótesis pone de relieve que la ESG tiene un valor para la empresa que puede ser conocido y a su vez integrado dentro del sistema contable. De esta forma se consigue que la contabilidad logre dar una imagen más fiel de la empresa que pretende describir.

La intención de estos objetivos y estas hipótesis que la presente tesis doctoral planteará conllevan una ruptura con el ideal de empresa filantrópica que promueve la RSC. Asumiendo que el interés de las empresas es principalmente la consecución de beneficios, se determinará la importancia que para conseguirlos tiene la forma en como éstas se relacionan con su entorno.

### *III. Metodología: Sobre como obtener calificaciones para la ESG*

Esta tesis doctoral desarrollará una metodología de valoración de aspectos cuantitativos y cualitativos que constituye la base de un modelo *ESG Audit* de r ating de la ESG. Éste contribuirá a complementar la información que proporciona la contabilidad clásica para ayudar al analista a crearse una imagen lo más fiel posible de la empresa.

Los receptores potenciales de esta información serán cualquiera de los *stakeholders* de la empresa, ya que como se explicará más adelante sus aplicaciones son numerosas. El modelo *ESG Audit* permitirá, desde ofrecer al consumidor una información fácilmente asimilable sobre los oferentes de productos y servicios, a advertir a los accionistas de las fortalezas y debilidades estratégicas de las empresas que cotizan en los mercados financieros.

La información necesaria para desarrollar el modelo *ESG Audit* se extraerá de una sencilla auditoria formalizada en 52 preguntas que la empresa analizada deberá

responder. Las preguntas de esta auditoria han sido diseñadas para poder ser contrastadas con fuentes externas a la misma empresa, como pueden ser impuestos, informes de administraciones públicas, de sindicatos o de asociaciones de consumidores. De esta forma se pretende desmarcar el modelo *ESG Audit* de otros informes que se realizan en la actualidad basándose solamente en la información facilitada por la propia empresa analizada.

Una vez recopilada, la información será procesada a través de una herramienta informática que de forma prácticamente automática la utilizará para analizar 30 variables que fundamentan los tres pilares que componen la ESG. Cada variable será parametrizada a través de una fórmula de manera que se le pueda asignar un r ating alfabético.

Los r atings individuales de cada variable permitir an comparar la evolución de estas para la misma empresa durante diferentes ejercicios. De la misma forma, cumplir an con el objetivo planteado de facilitar la comparativa entre distintas empresas. A partir de estos r atings individuales se podr an hacer análisis parciales de diferentes grupos de variables que ayuden a comprender las actuaciones de la empresa en ciertos aspectos concretos como podr a ser la gestión energética o bien la relación con la plantilla de trabajadores.

A partir de la calificación particular de cada variable se proceder a al cálculo del r ating global de la empresa. Éste será alfabético, donde A será la calificación más alta y D la más baja. El r ating global permitirá valorar de forma sistemática la relación de las empresas con su entorno.

*IV. Estructura del trabajo: Hacia un modelo cuantificable, objetivo, comparable y contrastable*

El presente estudio se distribuye en seis capítulos ordenados de forma que la exposición de la investigación y los argumentos que conducen a sus conclusiones se desarrollen a través de un hilo argumental constante que facilite su comprensión.

La primera parte de esta tesis doctoral consta de tres capítulos eminentemente teóricos. A través de ellos se describirá la situación actual de la responsabilidad social y se expondrá el concepto de ESG.

El primer capítulo tiene como objetivo ofrecer una breve contextualización histórica y definir el concepto de ESG. Se desarrollará la explicación de la ESG a través de sus tres pilares básicos y se diferenciará de la RSC y del *Shared Value*.

El segundo capítulo presentará diferentes ejemplos reales de como las empresas gestionan la ESG. Éstos servirán para ilustrar la relevancia que la ESG tiene para los distintos stakeholders.

El tercer capítulo describirá un fenómeno estrechamente ligado a la ESG, las Inversiones Socialmente Responsable (ISR). A partir de la exposición de las ISR se tratará la necesidad de poder valorar la ESG y se expondrán las principales normativas que actualmente existen para hacerlo.

Una vez se ha desarrollado detalladamente el concepto de ESG y sus distintas implicaciones, se entrará en la segunda parte de esta tesis doctoral. Los tres capítulos que conforman la segunda parte tendrán como objetivo llevar al terreno práctico toda la teoría que se ha expuesto durante la primera parte.

En el capítulo cuarto se propone el modelo *ESG Audit*. Se trata de un innovador modelo de análisis cuantitativa para valorar la ESG de las empresas de forma objetiva, comparable y contrastable.

Será en el capítulo quinto donde este modelo será puesto en práctica permitiendo una mayor comprensión de él. Para hacer esta ejemplificación se ha analizado la Corporación Alimentaria de Guissona, empresa matriz de las franquicias BonÀrea. A través de distintas tablas se desarrolla todo el procedimiento llegando a la obtención de unos ratings de valoración a partir de los cuales se hará una breve conclusión tanto de la ESG de la empresa analizada como del funcionamiento práctico del modelo.

El capítulo sexto cierra esta tesis doctoral tratando la posible inclusión de la ESG dentro del Plan General Contable. En este mismo capítulo se desarrollará un razonamiento matemático para hacer aflorar el valor contable de la ESG.

## **PRIMERA PARTE**



## **Capítulo 1. RSC, *Shared Value* y ESG: Distintas formas de entender la relación entre la empresa y su entorno**

En las últimas décadas han ido apareciendo distintas formas de entender la relación de la empresa con su entorno. RSC, *Shared Value* y ESG son algunos de los títulos que resumen diferentes formas de entender esta relación y diferentes propuestas para abordarlas. Pero antes de adentrarse en estos conceptos es interesante hacer una pequeña retrospectiva histórica para contextualizar esta tesis doctoral, ya que la relación entre la empresa y la sociedad es tan antigua como las primeras empresas y sus implicaciones siguen teniendo en muchos casos las mismas raíces.

Una vez comprendido el origen de estos conceptos se abordará con mayor detalle las particularidades de cada uno de ellos. Se descubrirá que la RSC ha tenido un papel clave para la difusión de la responsabilidad social gracias a su carácter genérico. Pero esta falta de definición ha propiciado que muchas empresas lo usen a nivel de comunicación corporativa sin aplicarlo con suficiente rigor en sus actuaciones.

El *Shared Value* ha intentado responder a esta debilidad introduciendo la exigencia de que todo valor producido por una empresa debe ser compartido de forma proporcional entre quienes han soportado los costes, tanto directos como indirectos, necesarios para lograrlo.

Actualmente está tomando fuerza en el mundo empresarial y académico la ESG. A través de un análisis más riguroso de la relación de la empresa con su entorno, la ESG pretende incentivar a los empresarios a actuar de forma socialmente responsable. La gran novedad es que la ESG no justifica las actuaciones socialmente responsables por

su carácter ético sino por su capacidad de incrementar los beneficios y reducir los riesgos de cualquier empresa.

### *1.1. Origen de la responsabilidad social de las empresas*

A principios del S.XIX la Revolución Industrial empieza a expandirse por Europa y por los Estados Unidos de América. El gran crecimiento de la industria comporta un profundo cambio en la organización social. Un gran éxodo de campesinos hace crecer las ciudades y nutre las fábricas con mano de obra barata haciendo nacer lo que será conocido como clase obrera.

El poder de terratenientes y aristócratas empieza a verse amenazado por el auge de los burgueses, que no tardarán en asumir el poder político (ESCOHOTADO. 2013). El mercado empieza a tomar la forma que actualmente conocemos. Numerosos estudios desarrollan complejas teorías para explicar los cambios que su sociedad está viviendo. Serán conocidos como economistas clásicos.

Mientras Adam Smith, David Ricardo, John Stuart Mill, Karl Marx y el resto de los autores clásicos intentaban descubrir los mecanismos que hacían funcionar aquella nueva economía, numerosos colectivos de ciudadanos dedicaban sus esfuerzos a reclamar una adaptación social diferente a los cambios que estaban viviendo. Organizaciones de base tanto proletaria como elitista luchaban para influenciar sobre la forma en la que las empresas se relacionaban con su entorno. Se trataba de movimientos antiesclavistas, en pro de la tolerancia racial y religiosa, a favor de la igualdad de derechos entre hombres y mujeres, en contra de la mano de obra infantil, favorables a las jornadas laborales limitadas y a los salarios mínimos, contrarios al opio, tabaco, alcohol o juego, entre otros muchos (CALHOUN. 1993).

Fueron numerosos los éxitos logrados por tales colectivos, poniendo de relieve que las empresas tienden a ceder ante las exigencias ciudadanas, que al fin y al cabo son las exigencias de sus propios clientes. Aunque también es cierto que algunas de aquellas reclamaciones siguen todavía sin respuesta dos siglos después, sobretodo en países en vías de desarrollo (AMNISTÍA INTERNACIONAL. 2015).

En cualquier caso, estos movimientos tenían como denominador común la creación de un marco social en el que las grandes industrias respetaran la moral y el bienestar del conjunto de la ciudadanía. Se puede señalar a estos movimientos de protesta como la primera semilla de lo que un siglo después será caracterizado en los EE.UU. como Responsabilidad Social Corporativa.

La primera noción de Responsabilidad Social se puede encontrar en "*The function of the executive*", escrito por BARNARD (1938). Poco después también trataría el tema KREP (1940) en su estudio "*Measurement of the social performance of business*". Pero en estas prematuras pinceladas sobre la interacción entre empresa y sociedad todavía no se puede encontrar ningún desarrollo riguroso del concepto Responsabilidad Social Corporativa.

No es hasta la década del 1950 cuando distintos autores comienzan a tratar el tema en profundidad. El primero de ellos fue BOWEN (1953) publicando su libro "*Social Responsibilities of the Businessman*". A partir de este momento el término Responsabilidad Social Corporativa fue el centro de numerosos estudios en las diferentes universidades de los EE.UU.

En Europa, la RSC tardó mucho más en tomar relevancia. No fue hasta 1993 que con la fundación de la Unión Europea, la Comisión Europea usó el término para solicitar a los

empresarios un mayor esfuerzo para cohesionar la sociedad e impulsar el Estado del Bienestar en la nueva Europa que se estaba construyendo. Desde entonces, la noción de Responsabilidad Social Corporativa ha tomado relevancia en el continente europeo y se ha convertido en objeto de análisis por parte de académicos. No obstante, sigue existiendo una diferencia entre la notoriedad que la RSC tiene en todo el continente americano en comparación a la que tiene en Europa.

La responsabilidad social no solo ha arraigado en el mundo académico. También ha tenido un fuerte impacto en las pautas de consumo, aunque muchas veces el consumidor no es consciente de ello. Fenómenos como la globalización, el crecimiento económico, la competencia empresarial y el ecologismo han ayudado a que el consumidor empiece a tomar conciencia de su destacado papel en el desarrollo social.

Ya se trate de individuos, empresas con o sin ánimo de lucro, o bien de entidades gubernamentales, el acto de consumir ha tomado una notoriedad que va más allá de la adquisición de bienes y servicios para la satisfacción de las propias necesidades. A la hora de adquirir un bien o servicio, la elección racional del consumidor entre los diferentes productos que el mercado le ofrece ya no solo se ha fundamentado en el binomio calidad-precio.

Desde los años 1990 cada vez ha sido más relevante la forma de relacionarse con la sociedad por parte del oferente. Hoy en día, aunque las leyes nacionales y los tratados internacionales lo permitieran, una empresa tendría serios problemas para comercializar productos en el primer mundo si los consumidores supieran que usa mano de obra infantil o esclava, que contamina el medio-ambiente destruyendo ecosistemas de forma activa, que obtiene beneficios del tráfico de drogas o que su política de contratación discrimina por razón de género, raza o religión.

Los gobiernos de los países desarrollados han empezado a legislar para impedir que las empresas actúen en perjuicio del conjunto de la sociedad y se han adherido a organizaciones internacionales que pretenden potenciar a nivel global esta vigilancia sobre la actividad empresarial. Así se ha creado un marco legislativo que actúa como garantía de mínimos por lo que respeta a la relación de las empresas con su entorno.

No obstante, prácticamente todas las empresas, grandes y pequeñas, han hecho esfuerzos para demostrar a los consumidores que sus autoexigencias de buenas prácticas van más allá de los mínimos legales establecidos. Han aparecido en los últimos años innumerables certificaciones que garantizan estándares ecológicos, sociales, éticos, sanitarios y hasta filantrópicos, que dejan bien clara la preocupación de las empresas para demostrar al cliente que se esfuerzan para mejorar el bienestar de toda la sociedad (ISO. 2010).

### *1.2. Situación actual de la responsabilidad social y sus efectos en la gestión empresarial y gubernamental*

Actualmente la RSC está penetrando en todos los mercados. En el sector de la alimentación han aparecido fenómenos como el comercio justo, los productos ecológicos y los productos de kilómetro 0 (ECORESPONSABLE. 2014). Las grandes corporaciones han empezado a presentar balances sociales para poner de relieve sus actividades filantrópicas (GIVING USA. 2015). Los gobiernos han introducido el reciclaje en sus procesos de gestión de residuos urbanos y están haciendo grandes esfuerzos para intentar reducir la circulación de vehículos privados, potenciando los transportes públicos no contaminantes como los autobuses de hidrógeno o los servicios de bicicletas públicas (AYUNTAMIENTO DE BARCELONA. 2015). El sector bancario está viendo

crecer con fuerza la banca ética<sup>1</sup>. Y la RSC ha llegado hasta las grandes finanzas en forma de fondos de inversión o índices bursátiles regidos por estos criterios (SPAINSIF. 2016).

El gran volumen de oferta combinado con el escaso volumen de demanda que desde el principio de la crisis está rigiendo la economía, ha obligado a las empresas a diferenciarse de la competencia. Estas han encontrado en la RSC un filón para acercarse a un consumidor cada vez más consciente de la fuerza que tiene sobre las empresas. El consumidor actual sabe que su acto de consumo, por pequeño que sea, puede tener un gran efecto sobre la sociedad y está dispuesto a pagar un sobre coste para apoyar sus ideales. ¿Pero hasta que punto estas empresas se han convertido en responsables socialmente o simplemente han usado la RSC como una herramienta de marketing? (BARON, HARJOTO, (et al). 2009).

La legislación de cada Estado y de cada organización internacional ha conllevado muchos avances en la regulación del comportamiento de las empresas versus su entorno, ésto es indudable (ANDREU & DE LA MORENA. 2014). Sin embargo lo que suscita mayor interés, es determinar si más allá del cumplimiento normativo hay por parte de las empresas comportamientos responsables socialmente. Se pueden observar casos paradigmáticos en que es evidente que los criterios RSC se han convertido en la columna vertebral de la empresa, como puede ser el de los yogures La Fageda.

Esta empresa de yogures tiene una plantilla de trabajadores formada mayoritariamente por trabajadores con disminuciones psíquicas. Se puede afirmar sin reservas que se trata de una empresa que beneficia enormemente a la sociedad ayudando a integrar unas personas que difícilmente encontrarían trabajo en una empresa convencional y correrían el riesgo de ser excluidos del tejido social. Esta política de contratación laboral

---

1 [www.bancaetica.cat](http://www.bancaetica.cat) (Mayo, 2016)

es absolutamente voluntaria, de forma que se puede afirmar que se trata de un comportamiento socialmente responsable que va más allá de las obligaciones legales.

No se puede hablar de La Fageda sin hacer mención a su éxito empresarial. Lejos de suponer un hándicap, la política de contratación de esta empresa ha ofrecido a sus consumidores algo más que un simple yogur. Los consumidores han respondido eligiendo este yogur entre todos los otros porque aunque les suponga un sobrecoste, saben que están participando en un proyecto de transformación social. Gracias al volumen de compras de estos clientes que valoran el beneficio social que supone el modelo de La Fageda, ésta puede seguir creciendo mientras ocupa cada día más disminuidos psíquicos y exporta un modelo de negocio que está sirviendo de ejemplo para muchas otras empresas (MAYOL. 2014).

Éste es un caso ilustrativo, pero si se quiere conocer el impacto que la RSC está teniendo sobre la economía global es necesario hacer un *zoom out* y alejarse del modelo social europeo. Si se dirige la vista al otro lado del Atlántico uno se encontrará con un conjunto de países donde el Estado del Bienestar es prácticamente inexistente, ya sea por la debilidad de las estructuras de gobierno o por simple ideología socio-económica.

En estos países la interacción entre empresas y sociedad está mucho menos influenciada por los órganos reguladores y por lo tanto está mucho menos normativizada. Cuando el Estado proporciona al ciudadano un apoyo escaso, el papel de la RSC gana relevancia.

En muchos casos son las mismas empresas las que participan en la creación de vías de comunicación y redes de telecomunicaciones en el territorio donde están

establecidas, financian la sanidad y la educación de sus trabajadores y sus hijos y hacen donaciones para ayudar a mantener las infraestructuras públicas o los ecosistemas (WALDMAN, DE LUQUE, (et al). 2006).

Así pues, se observa una notable diferencia entre el papel que juega la RSC en una sociedad con o sin Estado del Bienestar (RINGOV & ZOLLO. 2007). Con el Estado del Bienestar las empresas pagan cuantiosos tributos para que el gobierno se encargue de cubrir las necesidades de los ciudadanos y de esta forma su papel pasa a ser primordialmente económico. Pero sin Estado el Bienestar son las empresas las que tiene que hacerse cargo con sus propios recursos y medios de mantener en un estado óptimo su entorno social.

No lo acostumbran a hacer por obligación legal, tampoco por filantropía, sino por necesidad. Si la empresa no proporciona a sus trabajadores un entorno adecuado para el desarrollo de sus vidas, deberá pagar sobrecostes notables en salarios para conseguir mano de obra suficiente. Los trabajadores estarán dispuestos a percibir un salario menor si eso les permite vivir en un entorno bien comunicado, con seguro médico, con centros educativos donde llevar a sus hijos, etc.

Pero si uno todavía se aleja más y hecha un vistazo general que englobe a todo el planeta, se dará cuenta que existen sociedades con unas diferencias abismales. Y no se trata de sociedades minoritarias, sino de las principales economías del comercio internacional. En determinadas culturas se considerarán positivos para el desarrollo social algunos comportamientos empresariales que un consumidor occidental consideraría absolutamente irrelevantes o hasta inaceptables.

Se puede tomar como ejemplo la India. Allá se considerará que es socialmente responsable aquella empresa que no comercie con productos derivados de la vaca. En Japón no será penalizada por el consumidor aquella empresa que comercialice carne de cetáceo. En Arabia Saudí afirmarán que cumplen los criterios de RSC las empresas que no emplean a mujeres. Y en determinados países del sur-este asiático verán con buenos ojos el trabajo infantil, ya que proporciona a las familias unos ingresos indispensables para su subsistencia.

Se observa por lo tanto que determinar los criterios de responsabilidad social corporativa es extremadamente complejo. Analizar la conveniencia o no de los hechos que se acaban de describir no es labor de este estudio. El trabajo que nos ocupa tratará la responsabilidad social a partir de los diez principios del Pacto Mundial de la Naciones Unidas<sup>2</sup>.

El Pacto Mundial de las Naciones Unidas es una iniciativa internacional que agrupa a más de 10.000 entidades firmantes de más de 130 países diferentes, siendo así un documento de amplio consenso en todo el planeta. Este enumera diez principios que emanan de:

- La Declaración Universal de los Derechos Humanos.
- La Declaración de la Organización Internacional del Trabajo relativa a los Principios y Derecho Fundamentales del Trabajo.
- La Declaración de Río sobre el Medio-ambiente y el Desarrollo.
- La Convención de las Naciones Unidas contra la corrupción.

El objetivo de los diez principios del Pacto Mundial de las Naciones Unidas es trasladar las políticas incluidas en estos textos al mundo empresarial ayudando a las empresas a

---

2 [www.unglobalcompact.org](http://www.unglobalcompact.org) (Junio, 2015)

mejorar la relación que mantienen con su entorno. Estos diez principios servirán para delimitar qué es la responsabilidad social y evitar caer en la ambigüedad en la que la RSC se encuentra actualmente. Como se expondrá en el siguiente apartado, la responsabilidad social de las empresas es actualmente un concepto muy amplio, difícil de definir, motivo por el cual a menudo es entendido como poco más que un recurso publicitario.

En este estudio siempre que se hable de responsabilidad social se hará en base a los diez principios del Pacto Mundial. Para que una empresa pueda ser considerada socialmente responsable no será suficiente con que cumpla con uno de los puntos, será necesario que su compromiso con el entorno se apoye en todos y cada uno de los diez principios.

**Tabla 1: Los diez principios del Pacto Mundial de las Naciones Unidas**

<u>Principio 1</u>	Las empresas tienen que apoyar y respetar la protección de los Derechos Humanos fundamentales, reconocidos internacionalmente, dentro de su ámbito de influencia.
<u>Principio 2</u>	Las empresas tienen que asegurarse que no son cómplices en la vulneración de los Derechos Humanos.
<u>Principio 3</u>	Las empresas tienen que apoyar la libertad de asociación y el reconocimiento efectivo del derecho a la negociación colectiva.
<u>Principio 4</u>	Las empresas tienen que apoyar la eliminación de toda forma de trabajo forzado o realizado bajo coacción.
<u>Principio 5</u>	Las empresas tienen que apoyar la erradicación del trabajo infantil.
<u>Principio 6</u>	Las empresas tienen que apoyar la abolición de las prácticas discriminatorias en el trabajo y la ocupación.
<u>Principio 7</u>	Las empresas tienen que mantener un enfoque preventivo que

	favorezca el medio-ambiente.
<u>Principio 8</u>	Las empresas tienen que fomentar las iniciativas que promuevan una mayor responsabilidad ambiental.
<u>Principio 9</u>	Las empresas tienen que favorecer el desarrollo y la difusión de tecnologías respetuosas con el medio-ambiente.
<u>Principio 10</u>	Las empresas tienen que trabajar contra la corrupción en todas sus formas, incluidas la extorsión y el soborno.

Fuente: [www.unglobalcompact.org](http://www.unglobalcompact.org) (Junio, 2015)

### 1.3. La RSC: Una herramienta de comunicación

La primera definición de RSC la propuso uno de sus primeros estudiosos, BOWEN (1953) cuando afirmó:

*“It's refers to the obligations of businessmen to pursue those policies, to make those decisions, or to follow those lines of action which are desirable in terms of the objectives and values of our society”.*

Más adelante DAVIS (1960) definiría la RSC como:

*“(...) businessmen's decisions and actions taken for reasons at least partially beyond the firm's direct economic or technical interest”.*

Si se adelanta en el tiempo situándose en escenarios más cercanos se puede analizar la definición ofrecida por la COMISIÓN EUROPEA (2001), que entiende la RSC como:

---

*“A concept whereby companies integrate social and environmental concerns in their business operations and in their interaction with their stakeholders on a voluntary basis”.*

EI WORLD BANK INSTITUTE (2003) define:

*“CSR is the commitment of businesses to contribute to sustainable economic development, working with employees, their families, the local community and society at large to improve quality of life, in ways that are both good for business and good for development.”*

Como se puede comprobar a través de estas cuatro definiciones, la Responsabilidad Social Corporativa se ha interpretado durante años de muchas formas distintas ya que en ningún momento se ha llegado a una definición de consenso que incluyera una lista concreta de requisitos para ser socialmente responsable.

Haciendo un análisis de estas definiciones se puede ver como BOWEN (1953) hace referencia a la obligación que tiene el empresario hacia la sociedad de actuar en favor de esta. Si bien es cierto que como ciudadanos todos tenemos la obligación de actuar en pro del colectivo, también es cierto que la principal, y seguramente única, obligación de un empresario es conducir hacia el éxito la empresa que dirige. Las empresas se crean para ganar dinero, no para mejorar la sociedad. Esta afirmación se puede discutir y matizar, pero ninguna iniciativa que le sea contraria logrará sus objetivos. Así pues la definición de Bowen resulta un tanto inconsistente.

DAVIS (1960) entiende la RSC como aquellas decisiones que toma el empresario más allá de los intereses técnicos y económicos de su empresa. Esta definición, aunque es algo más precisa sigue siendo demasiado genérica. Según se expondrá en las próximas páginas, difícilmente se logrará implementar la RSC si ésta no se compone de actuaciones que ayuden al empresario a mejorar el rendimiento de su negocio.

La COMISIÓN EUROPEA (2001) hace énfasis en la voluntariedad, considerando que todo aquello que una empresa haga en mero cumplimiento de la ley no es socialmente responsable. Ésto puede suscitar inmediatamente la pregunta de si es igualmente responsable una empresa que explota minas en un país con una fuerte regulación medioambiental y que procura causar el mínimo impacto ecológico en su entorno, que una empresa minera que desarrolla su explotación en un país del tercer mundo que no obliga a ejercer ningún tipo de control sobre sus niveles de contaminación. Parecería claro que aunque la primera lo haga por obligación y no por voluntariedad merece un mayor reconocimiento en la implicación por la preservación de su entorno. Así pues, no quedará más remedio que dar por inválida esta definición.

Por otro lado también se observa como el WORLD BANK INSTITUTE (2003) habla de ética. Esto sugiere una pregunta parecida a la anterior. Si una fábrica decide iniciar un proceso de modernización de su maquinaria para lograr un ahorro energético que le reportará mayores beneficios, se tiene que concluir que la decisión de la empresa ha sido tomada en base a la optimización de beneficios. ¿Que la decisión no haya sido tomada desde una base estrictamente ética hace que el esfuerzo para ahorra energía no tenga ninguna relevancia des del punto de vista de la Responsabilidad Social Corporativa?

De acuerdo con las ideas de FLAMMMER & LUO (2014), si se pretende potenciar una forma positiva de relación entre la empresa y su entorno lo primero que hace falta es descubrir qué interés puede tener la empresa en actuar en pro de la sociedad. Si la RSC se fomenta en obligaciones sociales, en actuaciones que van más allá del interés empresarial, en la voluntariedad o en la ética, el fracaso está garantizado.

Para resumir la diversidad de formas de entender la RSC los profesores CANCINO & MORALES (2008) presentan un esquema interesante. Identifican hasta cuatro visiones distintas de la RSC:

1. Visión de generación de ganancias como fin único: Esta visión entiende la RSC como la obligación de cumplir las leyes. Cumpliendo de la normativa legal la empresa debe ser capaz de maximizar su beneficio.
2. Visión de generación de ganancias en un ámbito limitado: Esta también es una visión de la RSC de corte eminentemente económico. Según esta visión la empresa entiende que debe cumplir la ley, pero también otras normas tácitas dadas por el entorno en que se desenvuelve.
3. Visión de bienestar social: En esta visión la ética pasa por delante de los criterios económicos. La empresa tiene que ser consciente de los daños que su actividad causa a la sociedad en forma de externalidades negativas y debe gestionarlas para mitigarlos.
4. Visión de la empresa al servicio de la comunidad: Se trata de una visión donde el altruismo se considera el fin último de la empresa. Ésta debe gestionar sus recursos de forma eficiente para optimizar el bienestar de la sociedad.

Por otra parte, el director de organización y cultura corporativa de Telefónica, ANDREU (2009), propone actualizar el concepto de RSC. Considera obsoleta la forma como se entiende en la actualidad la RSC y lo justifica con las siguientes palabras:

“La razón por la que la RSC está sometida hoy a tutela empresarial hay que buscarla en un simple hecho: en que en la mayoría de las empresas del IBEX35 esta función se encuadrada organizativamente o bien en las fundaciones empresariales o bien en las direcciones de comunicación, marketing o relaciones institucionales. En un caso (fundaciones) y en otro (comunicación), el mensaje tácito que se está pasando es claro: en el mejor de los casos, estamos ante una acción para mejorar la imagen; en el peor, estamos ante un centro de costes –vamos, de los que se gastan el dinero sin retorno alguno–, y es ahí donde antes se recorta en los malos tiempos. Como situación intermedia, estamos ante algo que hay que hacer cuando van bien las cosas y que, de no hacerse, debemos aplicar la teoría del mal menor”.

Para revertir esta noción de RSC a la que ANREU (2009) y otros especialistas en RSC denominan RSC 1.0, se propone una visión actualizada de la responsabilidad social a la que llaman RSC 2.0. Mientras la RSC 1.0 se basa en la comunicación, la RSC 2.0 tiene que basarse en la gestión. Para ello es necesario lograr los siguientes 5 puntos:

1. Se debe dejar de usar el informe de RSC como una herramienta de comunicación para transformarlo en una herramienta de gestión. Ésto se puede lograr aprovechando al máximo las recomendaciones que de él se deriven.

2. Es necesario crear redes con instituciones nacionales y multinacionales que cofinancien proyectos para impulsar la inclusión y la cohesión social. Muchos de estos proyectos no son rentables en etapas iniciales, pero un trabajo conjunto con fondos de instituciones multilaterales puede ayudar a convertirlos en fuentes de nuevos ingresos.
3. Se debe impulsar una nueva cultura interna basada en la maximización de los códigos éticos o de los principios de actuación. Ésto supone, en la práctica, desarrollar normativas internas que hagan vivir los principios del código ético.
4. Es necesario desarrollar una nueva fórmula de gestionar el diálogo con grupos de interés, basada no tanto en dar y recibir información o sugerencias, como en buscar fórmulas de co-creación para lanzar negocios conjuntos.
5. Se deben identificar nuevas fuentes de ingresos con impacto positivo en el desarrollo social, nuevas vías de reducción de costes y comprender cómo impacta un comportamiento responsable en el margen y en la satisfacción del cliente.

Las formas de entender la RSC que se han analizado son solamente una pequeña parte de la pluralidad de nociones que existen sobre ella. Actualmente la RSC presenta una notable falta de sincronía con la rentabilidad de la empresa, y esto ha acabado por desvirtuarla. Los gobiernos, el mundo académico y el conjunto de la sociedad reclamaban a las empresas cumplir con la RSC, pero no les explicaban qué era y tampoco les mostraban cómo les beneficiaría. Ante esta situación las empresas no dudaron auto-nombrarse socialmente responsables para tener satisfechos a sus consumidores.

En un artículo en la revista Forbes, BHATTACHARYA (2009) profundiza en este último argumento:

*“Marketing always has the know-how to conduct meaningful campaigns and measure return on investment. Moreover, involving marketing in consumer research and analysis enables that department to coordinate how a corporate responsibility program is presented to those it wishes to influence. That creates a virtuous circle, giving marketing a useful tool, beyond its traditional mix of price and product, for differentiating the company and its products from the competition. Many businesses champion their credentials in the area of corporate responsibility, but few capitalize on effective implementation and measurement of it to strengthen their brand identities. As corporate responsibility becomes a bigger shaper of companies’ public images, ignoring the advantages of effective corporate responsibility marketing becomes an increasingly higher stakes gamble.”*

Cualquier virtud, por irrelevante que fuera, ha sido usada como excusa para poder lanzar intensas campañas de comunicación corporativa que diferenciaron la empresa de sus competidoras. De repente la empresa había descubierto como sacar partido de la RSC, y no perdería la oportunidad de explotarla.

Un ejemplo claro de esta práctica lo ilustra el caso de British Petroleum (BP). Esta empresa fundada en el año 1909 estuvo implicada en distintos escándalos medioambientales durante la década de los '90. A raíz de la presión social y mediática que estaba recibiendo, el año 2000 decidió limpiar su imagen con una gran campaña de

marketing dirigida a hacer ver a los consumidores que se había reconvertido en una empresa preocupada por la RSC. Modificó su logotipo que llevaba 70 años inalterado dándole un toque de color más verde. Invirtió 45 millones de dolares para comprar Solarex, una empresa de energía solar (una cifra minúscula comparada con los 26,5 mil millones de dolares que aquel mismo año invirtió en la adquisición de la gasista ARCO). Y por último cambió el nombre casi centenario de la compañía por el de Beyond Petroleum (BEDER. 2002).

A pesar de estos cambios radicales de imagen, nada había cambiado en la forma en como BP se relacionaba con su entorno. Solamente cinco años más tarde explotaba una de sus refinerías en Texas. El accidente costó la vida de 15 personas e hirió a 170 más. En 2008 BP fue declarada culpable de contaminar el sistema público de abastecimiento de agua potable en los EE.UU. y posteriormente condenada de nuevo por manipular los precios del mercado de carburante. Pero la gran tragedia protagonizada por BP tubo lugar el 2010 cuando un incendio en una plataforma petrolífera en el Golfo de México provocó el vertido de crudo más grande de la historia. Las millonarias multas que BP había ido acumulando por otras condenas quedaron en ridículo al lado de los más de 4.500 billones de dolares que hicieron temer por la supervivencia de la empresa (KRAUSS & SCHWARTS. 2012).

A pesar de los esfuerzos de BP para limpiar su imagen, los consumidores han descubierto que todos aquellos cambios que la empresa les prometió no eran más que maquillaje. Y cada vez más, el conjunto de la sociedad aprende a identificar aquellas actuaciones de RSC vacías de contenido y que solamente persiguen el crecimiento de las ventas a través de una buena comunicación corporativa. A raíz de casos como el de BP el escepticismo respecto la Responsabilidad Social Corporativa crece año tras año.

Son muchos los expertos que empiezan a considerar indispensable un cambio de rumbo en la forma de entender la responsabilidad social para evitar su absoluto desprestigio. Entre ellos, como se ha visto, se encuentra ANDREU (2009), director de organización y cultura corporativa de Telefónica, quien propone empezar a trabajar para diseñar una RSC 2.0.

#### *1.4. El Shared Value: Una visión práctica de la RSC*

Observando que la RSC se presenta como un concepto eminentemente teórico y descriptivo, el profesor de la *Harvard Business School*, Michael E. Porter y el consultor Mark Kramer publicaron un artículo en el cual la idea subyacente de la RSC se transportaba a un plan más práctico (PORTER & KRAMER 2011). Designaron esta reformulación práctica de la RSC como *Shared Value*.

Una de las principales ideas que en él defendían en él era que el interés de la sociedad no tenía porque ser opuesto al interés de la empresa. Explicaban que se podían encontrar formas de actuar que fueran positivas tanto para la sociedad como para la empresa, y presentaron tres actuaciones básicas para conseguirlas:

1. Reconociendo productos y mercados: Definiendo mercados en términos de necesidades no satisfechas o de males sociales y desarrollando productos o servicios rentables que remedien estas condiciones.
2. Redefiniendo la productividad en la cadena de valor: Incrementando la productividad de la compañía a través de sus proveedores al agregar restricciones sociales y medioambientales en su cadena de valor.

3. Desarrollando “clusters” locales: Fortaleciendo el contexto de competitividad en las regiones claves donde la compañía opera en formas que contribuyan a su crecimiento y a su productividad.

Mientras la RSC persigue la responsabilidad, el *Shared Value* se centra en la creación de valor. Así, la principal aportación del *Shared Value* es alejarse de la filantropía o de las actividades extraempresariales. Según PORTER & KRAMER (2011) el *Shared Value* tiene que concentrarse en la creación de riqueza para la empresa, pero hacerlo siempre de forma que los beneficios sociales de sus acciones superen los perjuicios sociales que estas puedan causar. En palabras del mismo PORTER (2014):

*“The purpose of the corporation must be redefined as creating shared value, not just profit per se. This will drive the next wave of innovation and productivity growth in the global economy.”*

Ese crecimiento económico que promete el *Shared Value* se fundamenta en gran parte en actividades relacionadas con el *Bottom of the Pyramid* (BOP). En economía el término BOP se usa para referirse a todas aquellas actividades económicas que se concentran en el segmento más pobre de la población mundial, que a su vez resulta ser con mucha diferencia el más numeroso. Se calcula que unos 4 mil millones de personas, eso son dos tercios de la población mundial, ganan menos de 1.500 dólares al año.

Con un poder adquisitivo muy limitado esta gran parte de la humanidad queda excluida *de facto* del mercado global de bienes y servicios (PRAHALAD & HART. 2002). El *Shared Value* se propone, entre otras iniciativas, adaptar el mercado a este tipo de

consumidores. Para ello se considera necesario actuar sobre una serie de aspectos clave, entre ellos (SIMANIS & DUKE. 2014):

- Identificar los canales de márketing adecuados: Los canales tradicionales a través de los cuales las empresas se comunican con sus clientes pueden resultar inadecuados para llegar a clientes BOP.
- Rediseñar los productos: El segmento BOP tiene un estilo de vida que puede requerir la adaptación de productos para hacerlos, por ejemplo, más resistentes o más nutritivos.
- Expandir los canales de distribución: Existen limitaciones físicas para que gran parte del segmento BOP pueda acceder a los productos del mercado global. Al vivir en zonas de difícil acceso el mercado BOP queda automáticamente fuera del alcance de ciertos productos como podrían ser muchos productos alimenticios perecederos.
- Desarrollar nuevas formas de producción: Lograr costes de producción menores disminuyendo la calidad de los materiales y los acabados pero no de la funcionalidad del producto.

Estas adaptaciones pueden ser logradas a través de actividades asociativas locales, microcréditos, *Venture Capitals* y colaboración entre empresas multinacionales y PYMES locales.

PORTER & KRAMER (2011) inspiran gran parte de su teoría del *Shared Value* en esa clase de iniciativas. Invitan a las grandes multinacionales a repartir sus beneficios a lo

largo de toda la cadena de valor. Aseguran que si se gestiona correctamente, esta mejor relación con todos los implicados en la creación de valor va a revertir en una mayor capacidad de creación de valor en el futuro.

La teoría del *Shared Value* ha despertado un gran interés en el mundo empresarial, ya que las grandes corporaciones encuentran este concepto bastante más afín a sus intereses que no el indefinido y voluntarista concepto de la RSC. Sin embargo, esta propuesta ha tenido también sus críticos en el mundo académico. CRANE & MATTEN (2014) resumen esta en cuatro puntos:

1. Falta de originalidad: Estos críticos consideran que el desarrollo de acciones beneficiosas para la sociedad por parte de las empresas es una idea sobre la cual ya se ha trabajado mucho desde décadas antes que Porter y Kramer publicasen su primer artículo sobre el *Shared Value*. Se refieren así a la misma RSC, a la *strategic RSC*, al *stakeholders management* y al *social innovation*. Todos ellos son conceptos similares, aunque enfoquen la cuestión desde puntos de vista ligeramente diferentes.
2. Ignorancia de las tensiones entre los objetivos de la sociedad y los de las empresas: Crane y Matten señalan que el *Shared Value* parece ofrecer una solución sencilla a todos los problemas que la relación entre la empresa y la sociedad genera. Lo acusan de ser poco realista al trabajar sobre el supuesto que siempre hay una alternativa positiva y óptima tanto para la sociedad como para la empresa.
3. Ingenuidad respecto al cumplimiento social de las empresas: En este punto los críticos reprochan a Porter y a Kramer que no hablen en ningún momento del

cumplimiento de los deberes legales por parte de las empresas. Afirman que lo mejor que puede hacer una empresa para empezar a favorecer a la sociedad es cumplir rigurosamente con las leyes y las obligaciones tributarias. Los autores del *Shared Value* parecen olvidarse completamente de este aspecto y felicitan las empresas que emprenden iniciativas que favorecen la sociedad sin hacer notar que muchas de ellas evaden impuestos o son condenadas por la violación de otras leyes.

4. Fundamentación en una concepción simplista del papel de las empresas en la sociedad: Por último, señalan que el *Shared Value* olvida la complejidad de la economía y de la competencia en el sistema capitalista. Porter y Kramer presentan su idea como la solución a los inconvenientes del capitalismo, y si bien es cierto que muchas de estas iniciativas son coherentes con las leyes de mercado, igualmente es cierto que para las empresas el *Shared Value* será papel mojado cuando tengan oportunidad de obtener beneficios de forma rápida o de hundir a sus competidores.

FSG es una de las organizaciones más potentes en el tratamiento del *Shared Value*, de hecho tanto Porter como Kramer forman parte de ella. El eslogan de esta organización es: *"You want to change the world. We're here to help"*. Queda bastante claro que la intención no es profundizar en la RSC sino promoverla. Este carácter impulsor de cambios queda bien expuesto en una de sus publicaciones (PORTER, HILLS, (et al). 2011).

*"Shared Value measurement (...) does not rely on statistical correlations or estimated monetary values of environmental and social outcomes. Instead, the aim is to establish a direct linkage between social outcomes and actual financial results"*.

En el citado documento, titulado “*Measuring Shared Value. How to Unlock Value by Linking Social and Business Results*”, los coautores intentan resumir esta relación entre las aportaciones sociales y los resultados financieros a través de la siguiente clasificación:

**Figura 1: Esquema del Shared Value**

LEVELS OF SHARED VALUE	BUSINESS RESULTS	SOCIAL RESULTS
<p><b>Reconceiving product and markets:</b> How targeting unmet needs drives incremental revenue and profits</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Increased revenue</li> <li>• Increased market share</li> <li>• Increased market growth</li> <li>• Improved profitability</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Improved patient care</li> <li>• Reduced carbon footprint</li> <li>• Improved nutrition</li> <li>• Improved education</li> </ul>
<p><b>Redefining productivity in the value chain:</b> How better management of internal operations increases productivity and reduces risks</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Improved productivity</li> <li>• Reduced logistical and operating costs</li> <li>• Secured supply</li> <li>• Improved quality</li> <li>• Improved profitability</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Reduced energy use</li> <li>• Reduced water use</li> <li>• Reduced raw materials</li> <li>• Improved job skills</li> <li>• Improved employee incomes</li> </ul>
<p><b>Enabling cluster development:</b> How changing societal conditions outside the company unleashes new growth and productivity gains</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Reduced costs</li> <li>• Secured supply</li> <li>• Improved distribution infrastructure</li> <li>• Improved workforce access</li> <li>• Improved profitability</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Improved education</li> <li>• Increased job creation</li> <li>• Improved health</li> <li>• Improved incomes</li> </ul>

Fuente: PORTER, HILLS, (et al). 2011

Por lo tanto, se puede considerar el *Shared Value* como un paso adelante para acotar e impulsar la responsabilidad social de las empresas. Pero es una herramienta deficiente si lo que se pretende es medir de forma analítica y rigurosa esta responsabilidad social.

En el mismo artículo al que se está haciendo referencia, Porter y los coautores presentan un gráfico orientativo sobre como medir el *Shared Value* que se reproduce en la figura 2.

Se trata de una forma muy simplista de medir la relación de la empresa con su entorno. Esta estrategia tan sencilla puede ser positiva para los objetivos de promoción del *Shared Value* que persigue la FSG, pero para alcanzar el objetivo que en esta tesis doctoral se está planteando resulta demasiado indefinido. Y aunque se lograra desgranar cada uno de los cuatro elementos planteados para hacer un análisis más preciso de la responsabilidad social de la empresa y se desarrollara un método de análisis, quedaría por resolver otro gran defecto que presentan todas las normas hasta hoy existentes: su carácter cualitativo y subjetivo.

**Figura 2: Medir el Shared Value**

MEASUREMENT FOCUS	WHAT TO MEASURE?	WHY MEASURE?	FOR WHOM?
<b>Shared Value</b>	Joint business and social value creation	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Grow the total shared value created</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Primarily for management</li> <li>• Targeted communication to external stakeholders</li> </ul>
<b>Sustainability</b>	Efficiency in the use of input factors (e.g., natural resources and labor) and improved product and community impacts	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Minimize negative externalities and augment positive impacts</li> <li>• Maintain a license to operate</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Management</li> <li>• Communication to external stakeholders</li> </ul>
<b>Impact Assessment</b>	The long term social and economic development impacts of operations and/or philanthropy	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Track progress on social and economic development impact</li> <li>• Maintain a license to operate</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Communication to external stakeholders</li> </ul>
<b>Reputation</b>	How societal impacts contribute to company reputation	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Manage reputation</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Primarily for management</li> </ul>
<b>Compliance</b>	Compliance with laws and voluntary policies, standards, and codes	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Ensure adoption and compliance</li> <li>• Maintain a license to operate</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Management</li> <li>• Communication to external stakeholders</li> </ul>

Fuente: PORTER, HILLS, (et al). 2011

Por tanto, es necesario concluir que si bien el *Shared Value* supone un avance para ayudar al mundo empresarial a comprender la importancia y las ventajas de la

responsabilidad social, es una herramienta incapaz de colaborar en un análisis objetivo y cuantificable de la misma.

### 1.5. La ESG: La responsabilidad social como inversión

La ESG (*Environmental, Social and Governance*) es uno de los conceptos que han aparecido a raíz del debate sobre la relación que las empresas tienen que mantener con la sociedad. Son distintos los conceptos que se han ido desarrollando alrededor de la responsabilidad social y todos guardan cierto parecido. Esta nueva propuesta de analizar la relación entre empresa y entorno surge a partir de los informes de la *United Nations Principles of Responsible Investment* publicados en el 2005<sup>3</sup>.

Mientras que la RSC es un concepto vago, la ESG incorpora en su mismo nombre una breve pero útil definición: *Environmental, Social and Governance*. Anuncia que ser responsable socialmente tiene que incluir políticas de conservación del medio-ambiente, de respeto a la sociedad y de buen gobierno de la empresa. Tiene que ser sobre estos tres pilares sobre los que se sustente la actividad de una empresa para poder afirmar que es socialmente responsable. Si bien es cierto que sigue habiendo mucho camino para discutir las posibles definiciones de la ESG, la intensificación de estos tres pilares es un paso decidido hacia la concreción de una idea común, ordenada y rigurosa sobre la colaboración de las empresas en el correcto desarrollo de la economía y la sociedad.

La ESG también se desmarca del carácter de voluntariedad, ética y filantropía que define a la RSC. Desde la UNITED NATIONS ENVIRONMENTAL PROGRAMME (2007) se define la ESG en los siguientes términos:

---

3 [www.unglobalcompact.org](http://www.unglobalcompact.org) (Junio, 2015)

*“(...) as a proxy for management quality, in so far as it reflects the company's ability to respond to long term trends and maintain competitive advantage.”*

Por su parte, la United Nations Principles of Responsible Investment<sup>4</sup> propone una definición en la misma línea:

*“Analysis and evaluation of ESG issues is a fundamental part of assessing the value and performance of an investment over the medium and longer term, and that this analysis should inform asset allocation, stock selection, portfolio construction, shareholder engagement and voting. Responsible investment requires investors and companies to take a wider view, acknowledging the full spectrum of risks and opportunities facing them, in order to allocate capital in a manner that is aligned with the short and long-term interests of their clients and beneficiaries.”*

Se observa en ambos casos que la ESG es un concepto creado desde la perspectiva de la empresa. No se entiende como la obligación que tiene esta hacia la sociedad. No es un concepto de base filantrópica sino que aspira a ser una herramienta de análisis con la cual las empresas puedan obtener mayor beneficio al tratar de forma acertada su entorno y hacer proyecciones estratégicas a medio y largo plazo.

El objetivo de una empresa acostumbra a ser la obtención de rendimientos que la hagan atractiva para los inversores, a la vez que ofrecer a los consumidores productos y servicios competitivos. Es cierto que una empresa puede tener como objetivo

---

4 [www.unpri.org](http://www.unpri.org) (Abril, 2016)

beneficiar a otros stakeholders que no necesariamente sean los inversores, pero en cualquier caso el camino para lograr este objetivo será la competitividad en la oferta de bienes y servicios (FLAMMER & KACPERCZYK. 2014).

La ESG no pierde de vista el objetivo innegociable para la gran mayoría de empresas, el beneficio. Los criterios de la ESG pretenden guiar a la empresa hacia acciones de negocio que sean beneficiosas para la sociedad sin que por esto hayan de renunciar a maximizar su beneficio. Es decir, que los criterios de la ESG no buscan en ningún caso que la empresa desarrolle una vocación de filantropía, de beneficencia o de caridad. Éstas son tareas que en el modelo socio-económico europeo han sido asumidas por el Estado y por otros tipos de organizaciones muy determinadas como pueden ser las ONGs o las fundaciones.

Ciertamente son muchas las grandes empresas que han creado fundaciones que se nutren de las donaciones y que desarrollan tareas de enorme importancia para la sociedad. Indudablemente se debe reconocer el beneficio social que estas iniciativas representan, no obstante esto no se tiene que confundir con la ESG.

Es necesario diferenciar correctamente este fenómeno del de la ESG. Estas empresas que desarrollan tareas de corte filantrópico se basan en la obtención de ganancias a través de un negocio que no sigue ningún criterio de responsabilidad social para, posteriormente, destinar una pequeña parte de estas ganancias a finalidades filantrópicas y de beneficencia con la motivación de lograr incentivos fiscales y a la vez limpiar la imagen que la empresa.

Se trata de un modelo solamente apto para grandes empresas y que ha sido particularmente explotado por el sector bancario. Sorprende observar como grandes

bancos que por culpa de su modelo de negocio disfrutaban de una escasa popularidad, destinan recursos a sus fundaciones en un intento de mejorar así su imagen.

Un ejemplo claro de esta práctica en el sector bancario tuvo cuando CATALUNYACAIXA (2012) anunció que devolvería el euro por receta a todos los pensionistas de más de 65 años que tuvieran domiciliada la pensión en esta entidad. Esta medida fue tomada poco después que el gobierno de la Generalitat de Catalunya empezara a cobrar a los usuarios de la sanidad pública un euro por cada receta que la administración sanitaria catalana, el CatSalut, prescribía. Según fuentes del mismo banco esto supondría un ahorro de hasta 61 euros por cliente.

Esta es sin duda una iniciativa bastante útil para un segmento de la población que a menudo dispone de ingresos bajos y que al hacer un uso de medicamentos por encima de la media podía verse notablemente afectado por la nueva medida recaudatoria de la administración. No obstante, el beneficio a la sociedad que ofrecía esta acción de CatalunyaCaixa era más que cuestionable si se recuerda que la entidad había recibido casi 3.000 millones de euros (cifra que se multiplicaría por cuatro en los siguientes años) del FROB, el Fondo de Reestructuración Ordenada Bancaria.

Es decir, que con el dinero de un rescate público esta entidad intentaba atraer clientes de las entidades de la competencia. Una competencia que debido a una mejor gestión de su negocio no había precisado las ayudas del Estado y no disponía de recursos para promover una iniciativa como ésta. Se puede concluir pues que CatalunyaCaixa aprovechaba un rescate estatal para hacer competencia desleal al resto de entidades del sector y a la vez procuraba limpiar su imagen manchada por desahucios, ventas fraudulentas de preferentes y escandalosas indemnizaciones millonarias para los directivos que habían llevado la entidad a la quiebra (MARTIN. 2014).

El modelo impulsado por la ESG es bien distinto. La ESG pretende incluir dentro de los procesos de toma de decisiones de las empresas una serie de criterios que en la actualidad tienen escasa consideración. Estos procesos de decisión tomados por los directivos de las empresas seguirán teniendo como objetivo la mejora de sus resultados económicos, ya que como se ha expuesto, pretender otra cosa sería poco realista. La gran aportación de la ESG es la valoración de las implicaciones estratégicas que la forma de relacionarse con el entorno podrán tener sobre la consecución de los resultados económicos perseguidos. Es decir, la ESG no es una actividad desvinculada del negocio de la empresa, sino una herramienta para que ésta pueda desarrollar una relación con su entorno que le sea beneficiosa en términos de rentabilidad y competitividad (BASSEN & KOVACS. 2008).

Para entender más fácilmente lo que aquí se ha expuesto se puede tomar como ejemplo el caso de Coca-Cola. En el 2007 la popular marca de refrescos firmó un acuerdo con WWF (World Wildlife Fund) para reforestar las cuencas hidrográficas de siete ríos de todo el mundo. En el marco de este acuerdo<sup>5</sup> en el 2011 empezó las tareas de reforestación del Parque Nacional de Las Tablas de Daimiel, uno de los humedales más importantes de Europa. Este es un proyecto de gran importancia medioambiental y además también representa un impulso para la economía de la región a través de la explotación turística de este espacio. Se debe concluir por lo tanto que es una actuación positiva para la sociedad y para el medio-ambiente, pero se deberá dejar fuera del marco de la ESG.

Evidentemente Coca-Cola conseguirá sacar provecho económico de esta iniciativa haciendo saber a sus clientes que impulsa este tipo de proyectos. No obstante, es una actuación que tiene que quedar clasificada dentro de la comunicación corporativa, porque en esencia se trata de un esfuerzo para incrementar las ventas a través de

---

5 [www.cocacola.es](http://www.cocacola.es) (diciembre, 2014). Programa de recuperación de la Tablas de Daimiel.

mejorar la percepción que los clientes tienen de la marca. Pero reforestar los humedales no aporta ninguna mejora en la actividad empresarial de Coca-Cola y por eso no puede ser calificado como ESG.

Por otro lado, Coca-Cola lleva casi una década concentrando esfuerzos para reducir el consumo de agua en sus procesos productivos<sup>6</sup>. El resultado de estos esfuerzos ha sido una mejora del 21,4% de eficiencia en el consumo de agua el 2013 en comparación al 2004. Se trata de un resultado relevante a nivel medioambiental y evidentemente el departamento de marketing también buscará sacar de él el máximo provecho posible. Pero se puede apreciar que hay una clara diferencia entre la reforestación y el ahorro de agua. La segunda iniciativa representa una reducción de los consumos y por lo tanto un ahorro que repercutirá en la mejora de la cuenta de resultados de Coca-Cola. Ahorrar agua es una decisión estratégica que persigue mejorar la rentabilidad y competitividad de la empresa y que además beneficia al entorno. Por tanto esta iniciativa sí que podrá ser considerada como ESG.

La ESG tiene bastantes similitudes con el *Shared Value*, pero se distancia de éste en los puntos en que Crane y Matten se mostraban más críticos. La ESG no pretende cambiar la relación de la empresa y el mercado ni aspira a renovar el capitalismo. La ESG se presenta como una simple herramienta de análisis, capaz de captar parte de la complejidad del libre mercado. Al definir claramente tres pilares (medioambiental, social y de gobernanza), la ESG no considerará socialmente responsable una empresa que tome una iniciativa positiva para el desarrollo de la sociedad de forma aislada, sino que le exigirá que cumpla con todos y cada uno de los pilares definidos, incluyendo el cumplimiento con las obligaciones legales y tributarias.

---

6 [www.cocacola.es](http://www.cocacola.es) (diciembre, 2014). Nuestro compromiso con el agua.

Así pues, en esta tesis doctoral se tomará como referencia la ESG. De todas las ideas desarrolladas entorno a la responsabilidad social de las empresas, ésta es la que proporciona una mejor tarea analítica y a la vez es la que ofrece un concepto más amplio y bien definido sobre las relaciones entre empresas y sociedad.

### *1.6. Los tres pilares de la ESG. Environmental, Social and Governance*

La mera nomenclatura de la ESG (*Environmental, Social and Governance*) define los tres pilares sobre los cuales debe fundamentarse la responsabilidad social corporativa. Esto permite fijar los fundamentos de este nuevo concepto de responsabilidad social a partir de los tres pilares que se detallan a continuación:

#### 1.6.1. Environmental

La ESG contempla el medio-ambiente como uno de los ejes vertebrales de la responsabilidad social de las empresas. Ante la preocupación creciente desde hace tres décadas por la conservación del medio-ambiente, las empresas miden cada vez más sus acciones en función del impacto que tendrán sobre la naturaleza. Para lograrlo ha sido de vital importancia la legislación ambiental impulsada por los gobiernos, sin menospreciar el papel que han jugado la presión ciudadana y el consumo responsable.

Es precisamente esta presión de los gobiernos, de la sociedad y de los consumidores lo que da tanta relevancia al eje medioambiental de la ESG. Una empresa que no gestione correctamente las demandas que en este campo haga su entorno se encontrará con serios problemas para poder subsistir. En cambio, aquella empresa que se adapte rápidamente a los cambios y que sea capaz de ir un paso por delante de las

demandas de su entorno, erigiéndose como paradigma de la conservación del medio-ambiente, obtendrá grandes ventajas sobre sus competidoras.

Cuando se habla de *Environmental* se está tratando una gran diversidad de campos. Entre ello se pueden citar la protección de ecosistemas como las selvas tropicales o los fondos marinos y la protección de especies en peligro de extinción. Estos son temas muy atractivos para explotar a nivel comercial debido a la gravedad y tangibilidad de sus consecuencias. Pero en la vertiente práctica en general la ESG debe de tener en cuenta problemas bastante más cotidianos. Es decir, tiene que contemplar actividades como la emisión de gases contaminantes, la gestión de residuos tóxicos, el vertido de aguas residuales o el nivel de reciclaje (LARKIN. 2003).

#### 1.6.2. Social

El segundo de los pilares que sustentan la ESG se refiere a la dimensión social. Los criterios sociales de la ESG se refieren a todas aquellas actuaciones que relacionan la empresa con la sociedad. En esta relación entre la empresa y la sociedad se incluyen aspectos como la contratación de personas con problemas de inclusión, la paridad de género en la plantilla, la utilización de mano de obra infantil o la contratación para puestos de responsabilidad de personas residentes en el área geográfica en que la empresa tiene sus centros productivos.

Una empresa que mantenga una buena relación con su entorno social podrá verse favorecida con incrementos de ventas gracias a la imagen positiva que estará transmitiendo, podrá llegar a obtener con mayor facilidad permisos y concesiones por parte de las autoridades reguladoras y hasta estará en posición de acogerse a beneficios fiscales para incentivar esta forma de actuar. Ésto queda aclarado cuando se

comparan las dificultades que ha tenido el proyecto de macro casinos y hoteles de lujo de Barcelona World (CORDERO. 2015) con las facilidades dadas a Amazon para que abra un enorme centro logístico en Barcelona (SALVADOR. 2016).

Además se debe tener en cuenta un importante beneficio que se estará generando a medio y largo plazo al actuar según los criterios sociales de la ESG: La consecución de una sociedad más sana. Esta afirmación no implica creer en el carácter altruista y buenista de la RSC. Pues mantener sana la sociedad es tan importante para una empresa como mantener sana la tierra lo es para un campesino.

Dos de los stakeholders (o miembros implicados en la actividad empresarial) más importantes son los trabajadores y los clientes. Ambos grupos están constituidos por ciudadanos, motivo por el cual es importante que la empresa mantenga una buena relación con la sociedad. En una sociedad con colectivos discriminados y marginados, con altos niveles de conflictividad social, con inseguridad jurídica y con corrupción, es posible que lleguen a nacer empresas productivas, pero será difícil que puedan sustentarse. Para que una empresa prospere necesitará un flujo de mano de obra y un volumen de consumo constantes así como una estabilidad política y legal que difícilmente se logrará en sociedades como la que se acaba de describir.

Por tanto se puede afirmar que más allá de la buena imagen que le permite proyectar, actuar de acuerdo con los intereses de la sociedad ayudará a la empresa en tanto que esta estará colaborando para crear una base social sólida sobre la cual levantar su negocio. Esto lo podrá hacer, por ejemplo, incentivando la maternidad, no discriminando en la contratación en función de género, raza o religión, evitando la deslocalización de los centros productivos lejos de sus mercados y potenciando la investigación médica y la educación.

### 1.6.3. Governance

El tercer y último pilar de la ESG es la gobernanza. Se refiere a la buena gestión de la propia empresa. Es decir, que mientras el primer pilar trata la relación de la empresa con el medio-ambiente y el segundo la relación de la empresa con la sociedad, el tercer pilar centra su atención en la relación que establece la empresa con todos sus integrantes.

Lo que persigue este pilar es la creación de una estructura de negocio sólida y estable. Esto se conseguirá mediante buenas políticas de carácter laboral, de gestión de los equipos directivos y de respeto al marco legal. Por tanto, los criterios de la ESG por lo que se refiere a la gobernanza estarán vinculados con la conflictividad laboral, con los niveles de retribución salarial que se paga a cada categoría de trabajadores, con el respeto a los convenios colectivos y a los sindicatos, con la depuración de responsabilidades en caso que los directivos hayan sido condenados por la justicia y con las políticas contra el fraude fiscal y la corrupción.

Tener en cuenta estos criterios a la hora de diseñar las políticas que gobernarán la empresa ayudará a fomentar unos hábitos de gestión y de trabajo que aporten solidez. Estos favorecerán la productividad y la estabilidad de la empresa alejándola de tensiones internas y de malas prácticas que puedan derivar en huelgas o escándalos públicos.

Estas situaciones perjudican gravemente la imagen de la empresa delante de los stakeholders y particularmente debilitan la confianza que puedan tener los clientes y los inversores. Sin el apoyo de estos últimos cualquier empresa se verá condenada al fracaso. Por lo tanto es de vital importancia que se aparte de cualquier situación de

riesgo (TURNER, L. 2013). Y como en los anteriores apartados, se puede observar que respetar la legislación y fomentar las buenas prácticas dentro de la empresa no es una necesidad de base moral, sino de base principalmente económica.

### *1.7. Perspectiva de futuro de la ESG*

A partir del análisis de la ESG y de los distintos ejemplos que se han citado, se puede descubrir una tendencia clara. Las primeras políticas empresariales que podían calificarse de responsabilidad social corporativa eran de corte eminentemente filantrópico, caritativo, de socorro y beneficencia a los necesitados o de mecenazgo de las artes y las ciencias.

Todavía hoy son innumerables las campañas publicitarias fundamentadas en acciones de este tipo. Financiación de comedores infantiles y gente necesitada, reforestación de zonas quemadas, limpieza de ríos y costas, becas universitarias, construcción de escuelas en el tercer mundo, campañas de vacunación en países con alto riesgo epidemiológico, programas de reintroducción de especies protegidas, donaciones para la investigación de enfermedades, etc (NERIN. 2011).

Si bien la comunicación corporativa seguirá sacando partido a cualquier acción de una empresa que sea beneficiosa para la sociedad para ofrecer así una imagen amigable al consumidor, éste dejará de ser el principal atractivo de la responsabilidad social corporativa.

Como se ha señalado, el destino de la ESG es perseguir el beneficio de la propia empresa mediante políticas que le ayuden a desarrollar estrategias de negocio que la integren mejor en la sociedad o planes de reducción de costes existentes o de

precaución ante costes potenciales. La ESG dejará de diseñarse en los departamentos de marketing para pasar a formar parte indispensable de la estrategia empresarial, involucrando todos los departamentos de la compañía (ANDREU. 2009).

Sin embargo, a pesar de la relevancia del enfoque de la ESG su aplicación se ve limitada por la dificultad que hoy existe en el mundo empresarial para valorar la información extrafinanciera. Los analistas están acostumbrados a trabajar con números, con información cuantitativa fácilmente parametrizable que les permite controlar, comunicar y mejorar los rendimientos.

Sin embargo es muy escasa la formación para trabajar con información cualitativa. Un ejemplo de ello es la falta de conocimiento y de regulación de los activos intangibles. A ello se refiere la FUNDACIÓ FÒRUM AMBIENTAL (1999) en los siguientes términos:

“Cada día es más evidente que la buena gestión ambiental de una empresa no se mide únicamente en los términos económicos o monetarios de la contabilidad financiera tradicional, sino que se mide también a partir de la gestión de los "intangibles" de la compañía. Estos "intangibles" son a menudo difíciles de traducir en unidades monetarias exactas, pero su importancia creciente está fuera de toda duda. Son ejemplos de "intangibles" desde el buen ambiente laboral hasta la imagen de la empresa en la sociedad, desde la excelencia técnica, profesional y humana del personal hasta el valor de una buena marca”.

Ya nadie niega la existencia y relevancia de estos activos intangibles pero debido a la dificultad que supone tratarlos se han convertido en una asignatura pendiente de la

contabilidad. Este es precisamente el estigma que presenta la ESG. Y como en el caso de los activos intangibles, poco a poco se puede prever que irá aflorando apoyado por la importancia que para todo negocio tiene.

La ESG tiene la capacidad de reducir costes. Anticiparse a las tasas que las futuras políticas medioambientales impondrán, a los cambios en las legislaciones laborales o a los incrementos de costes de las energías convencionales. Puede ser determinante para la supervivencia de cualquier empresa. Por tanto, será necesario que todos estos costes presentes y futuros se definan oportunamente para ser objeto de cuantificación y valoración.

La creciente concienciación de unos consumidores cada vez más informados y preocupados por el buen funcionamiento de la sociedad y del medio-ambiente requieren una cuidadosa gestión de cualquier plan de desarrollo. Desde la gestión de plantillas de trabajadores al lanzamiento de un nuevo producto, pasando por prácticamente cualquier decisión estratégica, tendrán que ser evaluadas teniendo en cuenta el grado de aceptación social que puedan generar.

El marketing seguirá teniendo un papel clave a la hora de comunicar a los consumidores las acciones beneficiosas para la sociedad que ha llevado a cabo la empresa. Pero los consumidores están aprendiendo a diferenciar una empresa socialmente responsable de una empresa que hace campañas de limpieza de imagen.

La responsabilidad social continuará siendo una herramienta para incrementar las ventas, pero solamente si las políticas que publicite son verdaderas estrategias empresariales y no simple publicidad. Por tanto, una buena gestión del departamento de estrategia de negocio podrá repercutir en un incremento de ingresos.

Si la ESG es capaz de influir tanto en los costes como en los ingresos esto significará que tendrá un destacado papel en la generación de beneficios. La relevancia que poco a poco puede llegar a tomar la ESG, le hará ocupar puestos de gran importancia dentro del análisis económico-financieros. En particular, es significativo que las bolsas de todo el mundo empiecen a crear índices referenciados en la ESG y cada año nacen nuevos fondos de inversión destinados a nutrir la capitalización de las empresas que actúan de acuerdo con estos principios.

Por tanto, cabe esperar que las empresas y la sociedad en general cada vez muestren un mayor interés por la ESG. No por filantropía, ni por imagen, sino para su propia sostenibilidad. Tomando la analogía presentada anteriormente, de la misma forma que un campesino debe cuidar los arboles y los cultivos, debe procurar no sobreexplotar la tierra, debe controlar las plagas y debe mantener limpia el agua de riego, las empresas también deben tener cuidado de su entorno. Es vital para la subsistencia de la empresa cuidar a los stakeholders, ya que al fin y al cabo son ellos su sustento.



## Capítulo 2. Los stakeholders y la ESG

La definición de empresa que se usa de forma más común viene a describirla como una unidad económica de producción y decisión que mediante la organización y la coordinación de una serie de factores productivos (principalmente capital y trabajo) persigue obtener un beneficio produciendo y comercializando productos o prestando servicios en el mercado (ANDERSEN. 1998).

Si bien esta definición es plenamente correcta, da una imagen de empresa autárquica. Quizás sí que décadas atrás las empresas podían limitarse a coordinar trabajo y capital para conseguir un producto adecuado para ser vendido al mercado obteniendo beneficios, pero el contexto actual es bien distinto. El crecimiento económico, la globalización, la organización sindical, el estado de derecho, la especialización en la producción y la segmentación de mercados han creado un complejo ecosistema con el cual las empresas tienen que saber interactuar para prosperar.

Cada vez es más extraño que sea una misma empresa la que gestione todo el proceso de fabricación y venta de un producto. Esto hace que las cadenas de valor tomen una gran notoriedad. Mantener una buena relación tanto con los proveedores como con los clientes es indispensable para que la empresa alcance sus objetivos.

También estos objetivos han sufrido alteraciones. La clásica persecución del beneficio para enriquecer a los socios capitalistas ha experimentado importantes cambios. La principal razón es la desaparición misma de estos socios capitalistas en la mayor parte de las grandes empresas. En sus sitios se encuentran actualmente una diversidad de stakeholders. Este anglicismo fue popularizado por FREEDMAN & REED (1983),

quienes lo describieron como:

“Cualquier grupo o individuo identificable respecto del cual la organización es dependiente para su supervivencia (empleados, segmentos de clientes, ciertos proveedores, agencias gubernamentales clave, accionistas, ciertas instituciones financieras, y otros)”.

Toda esta complejidad que poco a poco ha ido invadiendo cualquier rincón de la economía ha obligado a los gobiernos, sean de la naturaleza que sean, a legislar, a desarrollar sistemas tributarios y a aplicar multiplicidad de tasas de carácter recaudatorio en algunos casos o bien de carácter racionalizador en otros. De esta forma los gobiernos se han convertido también en unos actores esenciales en la economía con los cuales todas las empresas tienen que saber interactuar.

Estos y otros cambios que afectan la clásica concepción de empresa autárquica han convertido la economía en un complejo ecosistema. A continuación se describirán algunos de los stakeholders más relevantes con los que es de vital importancia que una empresa aprenda a coexistir y a colaborar. Se explicará también qué papel juega la ESG para satisfacer las necesidades de cada uno de ellos.

Para ilustrar la relevancia que la ESG tiene para los stakeholders se expondrán casos reales de las estrategias desarrolladas por algunas de las mayores empresas del mundo. Se tratarán iniciativas de carácter medio-ambiental, social y de gobierno corporativo demostrando así que los tres pilares de la ESG pueden contribuir a que la empresa alcance sus objetivos de crecimiento y rentabilidad.

### 2.1. Los accionistas

Los accionistas son el stakeholder más importante para el desarrollo de la empresa. También se les denomina stockholders (FREEDMAN & REED. 1983), al ser ellos los propietarios de la empresa. Es en los accionistas en quienes, en última instancia, recae la toma de decisiones. También son los accionistas los principales interesados en la consecución de beneficios, pues solamente alcanzándolos podrán sacar provecho económico de su inversión.

La ESG puede ayudar a los accionistas a lograr su objetivo de alcanzar beneficios. Los criterios de ESG permitirán desarrollar estrategias de negocio que a medio y largo plazo crearán ventajas competitivas respecto su competencia. Respetar los criterios de ESG también contribuirá a disminuir los riesgos a los que se enfrenta todo negocio.

De esta forma, la ESG ayudará a desarrollar empresas más estables y rentables a largo plazo. Para ejemplificarlo se tomarán los casos de Puma y de General Electric. En ellos se verá como que mediante una inversión en ESG se puede lograr una gran fortaleza a medio y largo plazo que contribuirá al crecimiento futuro de la empresa y de sus beneficios.

#### 2.1.1. El caso General Electric

Des del año 2005 General Electric está trabajando en un proyecto que ha bautizado Ecomagination<sup>7</sup>. El objetivo de este proyecto es crear soluciones a problemas energéticos con los que cada día se encuentra nuestra sociedad. Se trata de soluciones a corto plazo, de aplicación práctica y rápida, adaptables a las necesidades concretas de cada empresa o sector y destinadas a aumentar la eficiencia energética.

---

<sup>7</sup> [www.ge.com](http://www.ge.com) (Febrero, 2016)

La base de estas creaciones es la utilización de potentes softwares preparados para analizar con detalle las particularidades de cada necesidad energética para que los ingenieros de General Electric puedan desarrollar soluciones innovadoras. Los progresos conseguidos desde el programa Ecomagination han ayudado a las empresas clientes de General Electric a reducir notablemente sus costes energéticos generando a la vez un impacto ecológico positivo.

La mayor parte de los esfuerzos de este programa se concentran en las energías renovables, tanto las convencionales como otras más innovadoras que están en desarrollo. No obstante, General Electric es consciente que las energías fósiles seguirán teniendo un papel relevante en la economía durante décadas y por esta razón también trabajan para hacerlas más eficientes y limpias.

Un punto interesante de este programa es que persigue su propia autosuficiencia. En el 2010 General Electric se propuso conseguir que el aumento de ingresos generados por el programa doblara el crecimiento del conjunto de la empresa. Este resultado se logró dos años después, al ingresar 25 mil millones de dólares.

Crear un programa de innovación autosuficiente denota la voluntad de mantener esta iniciativa a largo plazo y muestra como una de las empresas energéticas más grandes del mundo fija la innovación energética como parte esencial de su negocio.

Uno de los resultados más notables que ha logrado este programa ha sido la drástica reducción del consumo de agua. En el 2005 General Electric consumió 73.480 millones de litros de agua, mientras que en la última publicación de datos, los del 2014, el consumo fue un 42% menor.

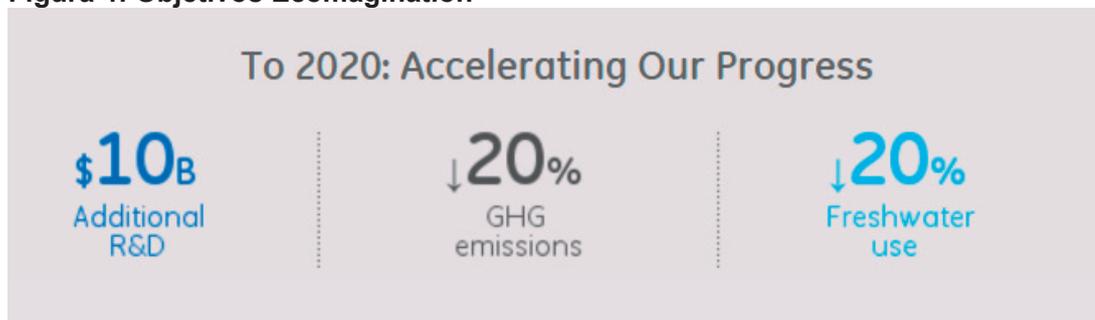
Ecomagination también logró una reducción de las emisiones de gases de efecto invernadero del 31%. En esta línea el próximo gran reto planteado es lograr en el año 2020 la reducción de un 20% en las emisiones de gases de efecto invernadero y un ahorro de otro 20% en el consumo de agua respecto al año 2014.

**Figura 3: Progresos de Ecomagination**



Fuente: [www.ge.com](http://www.ge.com) (Febrero, 2016)

**Figura 4: Objetivos Ecomagination**



Fuente: [www.ge.com](http://www.ge.com) (Febrero, 2016)

Por lo que respecta a los productos desarrollados por los ingenieros de Ecomagination, cabe destacar que son tan innovadores como diversos. Han diseñado un nuevo motor de aviación en que una parte destacada de sus elementos ha sido producida con impresoras en 3D y láseres. Estas modificaciones agilizan el proceso de fabricación y

reducen los errores logrando un producto más duradero y seguro. Y además permiten ahorrar energía durante su fabricación y mejorar la eficiencia de la aeronave consiguiendo también significativos ahorros energéticos durante su funcionamiento. Estos motores, los GE9X, ya los está instalando Boeing en sus nuevos aviones 777X<sup>8</sup>.

Otro de los grandes progresos surgidos de esta iniciativa se encuentra en la fábrica de BMW de Regensburg, Alemania, una de las factorías de coches más grandes del mundo. Haciendo un gran paso adelante para reducir las emisiones de gases contaminantes y disminuir la dependencia del gasoil, la firma alemana ha instalado un enorme motor de gas natural diseñado por los ingenieros de Ecomagination.

Algunos otros productos innovadores desarrollados por Ecomagination son, por ejemplo, un nuevo modelo de locomotora que emite un 70% menos de micropartículas contaminantes y un 76% menos dióxido de nitrógeno; la consecución de importantes mejoras en la eficiencia de los motores eléctricos para la automoción; el diseño de un sistema de licuación de gas natural de alta densidad que facilita su transporte a zonas remotas donde hasta ahora solo se podía conseguir energía a partir del gasoil; y el desarrollo de un software que optimiza la generación de energía de los parques eólicos.

Ecomagination representa una apuesta rentable a corto plazo para General Electric, pero su verdadero valor irá descubriéndose a medida que el paso de los años intensifique la necesidad de optimizar el consumo de petróleo y de apostar por las nuevas energías. Este ambicioso proyecto ayudará a mantener el liderazgo mundial de la firma americana durante años mientras el medio-ambiente se beneficia de sus nuevas creaciones.

---

<sup>8</sup> [www.geaviation.com](http://www.geaviation.com) (Febrero, 2016)

### 2.1.2. El caso PUMA

En noviembre del 2011 PUMA presentó un estudio realizado conjuntamente con PWC en el que se analizaban los costes medioambientales de su actividad empresarial (PRICE WATERHOUSE COOPER. 2011). Este estudio sería el primer paso hacia un análisis completo de costes sociales que incluirían las políticas salariales, las condiciones de trabajo, la creación de empleos y el pago de impuestos. El resto de las marcas de deporte y lujo del grupo PUMA, como son Gucci, Yves Saint Laurent, Bottega Veneta y Stella Mc Cartney, también seguirán los mismos pasos y desarrollarán estudios detallados para determinar su huella ambiental y social.

La industria manufacturera es una industria muy segmentada por procesos. PUMA dividió su cadena de aprovisionamiento en cuatro niveles. El nivel 4 incluye todas las actividades de aprovisionamiento de materias primas, es decir, plásticos, fibras naturales, pieles, metales, etc. El nivel 3 es donde se procesan estas materias primas para conseguir productos aptos para la manufactura. El nivel 2 incluye todas aquellas actividades encaminadas a crear los patrones y piezas que servirán para confeccionar el producto final. En el nivel 1 es donde se desarrolla el producto final tal y como lo recibirá el cliente. Y es a partir de aquí donde el producto pasa a manos de PUMA y esta lo comercializa. Con esta división de niveles, PUMA evita quedarse con el análisis superficial de su actividad propiamente dicha y logra una valiosa información sobre toda su cadena de valor.

El estudio analiza los costes ambientales de la cadena de valor completa. Se centra en cinco grandes costos que determinan su huella ambiental: emisión de gases de efecto invernadero, consumo de agua, uso del suelo, contaminación del aire y generación de residuos.

Figura 5: Cadena de aprovisionamiento de PUMA



Fuente: PRICE WATERHOUSE COOPER (2011)

Estos tipos de impacto están repartidos de forma muy desigual durante la cadena de aprovisionamiento, como se puede apreciar en la siguiente figura:

Figura 6: Coste de la huella ambiental de PUMA

**PUMA's Environmental P&L**

	Water use	GHGs	Land use	Other air pollution	Waste	TOTAL	
	€million	€million	€million	€million	€million	€million	% of total
	33%	32%	26%	7%	2%	100%	
<b>TOTAL</b>	47	47	37	11	3	145	100%
<b>PUMA operations</b>	<1	7	<1	1	<1	8	6%
<b>Tier 1</b>	1	9	<1	1	2	13	9%
<b>Tier 2</b>	4	7	<1	2	1	14	10%
<b>Tier 3</b>	17	7	<1	3	<1	27	19%
<b>Tier 4</b>	25	17	37	4	<1	83	57%
<b>EMEA</b>	4	8	1	1	<1	14	10%
<b>Americas</b>	2	10	20	3	<1	35	24%
<b>Asia/Pacific</b>	41	29	16	7	3	96	66%
<b>Footwear</b>	25	28	34	7	2	96	66%
<b>Apparel</b>	18	14	3	3	1	39	27%
<b>Accessories</b>	4	5	<1	1	<1	10	7%

Fuente: PRICE WATERHOUSE COOPER (2011)

De entrada sorprende que una gran empresa como PUMA, que cuida celosamente su imagen, decida estudiar y publicar voluntariamente sus índices de contaminación ambiental. A nivel publicitario podría ser contraproducente. Pero PUMA no pretende rentabilizar este estudio con un incremento de ventas, sino que todo este análisis tiene que servir para reducir costes. Ahora PUMA conoce detalladamente cuales son sus costes ambientales. Costes que genera pero que no tiene que asumir. Por lo menos de momento.

Es posible que a medio plazo muchos gobiernos legislen para imputar a las empresas estos costes ambientales que ahora tiene que asumir la sociedad. Esto ya ha empezado a suceder en distintos países con las emisiones de gases de efecto invernadero. Este estudio permitirá a PUMA anticiparse a notables incrementos de costes a la vez que reduce su huella ambiental.

Se observa así, que este esfuerzo para obtener una información detallada de los costes ambientales puede significar una ventaja competitiva de vital importancia ante los competidores cuando los costes ambientales empiecen a repercutir en las cuentas de pérdidas y ganancias de las empresas. Esta anticipación del aumento de costes es valioso para todos los stakeholders. Por ejemplo, los proveedores saben que están haciendo negocios con una empresa sólida y con visión de futuro. Los clientes finales encuentra en el respeto al medio-ambiente un valor añadido que hará más atractivos los productos de PUMA. Pero los más interesados en el desarrollo de esta estrategia son los accionistas, quienes valoran el conocimiento detallado de la cadena de valor y la adaptabilidad que este conocimiento comporta a la hora de hacer frente a cambios en la estructura de costes. Esto facilitará a la empresa su crecimiento a medio y largo plazo, resultando ser una inversión atractiva por sus accionistas.

## 2.2. El Estado

Las acciones de los estados a través de sus diferentes órganos tienen una gran trascendencia sobre la economía y las empresas. Es a través del sistema tributario y de la legislación que el Estado actúa sobre éstas. Pero es necesario tener en cuenta que el Estado no solo actúa como árbitro, sino que es también uno de los principales actores del mercado. Su volumen de trabajadores, de gasto y de ingresos es comparable al de muy pocas empresas. Esto es así tanto en España como en cualquier otro país mínimamente desarrollado, independientemente de la forma de gobierno que tenga. Por tanto es necesario que las empresas entiendan la forma de actuar de los Estados para adaptarse a sus exigencias y anticiparse a nuevas normativas.

En España, desde finales de los años '70 la legislación y el sistema tributario están en permanente proceso de actualización. El resultado de este proceso ha sido la multiplicación por 30 de los ingresos del Estado entre el 1977 y el 2010, pasando de 11.260 a 347.225 millones de euros. Si se descuenta la inflación el crecimiento es más moderado pero sigue siendo enorme, los ingresos se han multiplicado casi por 5. Este crecimiento del 496% ha sido muy superior al del crecimiento del PIB, que en el mismo período solamente aumentó el 130% (UGT. 2011).

Algunos de estos cambios han sido bruscos y han implicado profundas transformaciones en distintos sectores. Pero en la mayor parte de los casos eran cambios previsibles y las empresas que supieron anticiparse a ellos pudieron sacarles buen provecho.

Es el caso de la legalización de los sindicatos y la consecución de numerosos derechos laborales, el desmantelamiento de los monopolios estatales, la entrada en el mercado

común europeo y posteriormente en el euro, la aplicación de multiplicidad de nuevos impuestos y tasas, entre muchos otros. Y todavía hoy el estado sigue transformando la economía.

En los últimos años el Estado ha adelgazado su estructura, ha reducido la financiación en la mayoría de sectores públicos, ha recortado todo tipo de subvenciones, ha aprobado una nueva legislación laboral y ha introducido nuevos tributos mientras endurecía los ya existentes. Es previsible que todos estos cambios que en los últimos años han tenido lugar se sigan desarrollando en la misma línea.

La reducción del sector público está creando dificultades para algunas empresas, pero también oportunidades para las que saben aprovecharlas. La legislación laboral continuará sufriendo cambios en la edad de jubilación, la flexibilidad en la contratación, las políticas en pro de la contratación indefinida y la contratación de jóvenes y parados de larga duración. También se podrían ver cambios en el sistema de cotizaciones si tal y como todo apunta se termina modificando el sistema de pensiones (DOMINGUEZ & DEVESA. 2013).

Otras reivindicaciones que se están haciendo desde diferentes grupos de presión son las de aplicar a los ingresos de capital la misma fiscalidad que a los ingresos del trabajo, la creación de una tasa sobre las operaciones financieras, la eliminación de nichos fiscales que beneficien a las grandes empresas pero no a las PIMES, la lucha contra la evasión fiscal, el aumento del tipo impositivo sobre las SICAVs (RANKIA. 2015) y la suspensión de los mecanismos de tributación por estimación directa y por módulos. Pero lo que representa una auténtica novedad es la creciente legislación energética y ambiental.

Cada vez son más las normas, impuestos y tasas que pretenden incentivar conductas respetuosas con el medio-ambiente. Estas normas medioambientales tienen el apoyo tanto de las administraciones locales como el de la ONU, pasando por todas las instituciones que se encuentran en medio (PARLAMENTO EUROPEO. 2012). Este enorme consenso internacional hace prever que todavía tiene mucho recorrido por hacer (PLANELLES. 2016).

En muchos casos la aplicación práctica de esta protección medioambiental acaba estando en manos de las administraciones locales y estas aplican normativas propias que a menudo no están coordinadas ni son homogéneas con el resto de administraciones locales, autonómicas o estatales. Se trata de casos como la vinculación del tipo impositivo del impuesto de matriculación al nivel de emisiones de CO<sub>2</sub> del vehículo, la variación del tipo impositivo del impuesto de bienes inmuebles en función de la certificación energética de cada inmueble o la vinculación de la tasa de basura al nivel de generación de residuos.

También a nivel autonómico se encuentran casos en que algunas administraciones han tomado medidas a nivel tributario para incentivar la protección del medio-ambiente de forma nada coordinada. Un ejemplo claro es la gestión de residuos industriales, peligrosos y no peligrosos, por su vertido o incineración. Algunas comunidades han aplicado tasas a las empresas que generan residuos mientras otras no lo han hecho. Y entre las que han tomado esta iniciativa se observan enormes diferencias entre los hechos imponibles, el tipo impositivo, las formas recaudatorias y las exenciones aplicables (CANTONNET & ALDASORO. 2012).

Como apuntan los expertos, sería bueno que todos estos impuestos y tasas se armonizaran y emanaran de una misma normativa estatal. Es previsible así, que en un

período breve de tiempo se comiencen a ver movimientos en esta línea. Y aquellas empresas que empiecen a adaptarse a ello, se encontrarán con cómodas ventajas de aquí unos años.

Tal y como se ha visto, el Estado actúa en favor de los intereses de la sociedad legislando y fiscalizando. Aquellas empresas que procuren actuar también en favor de los intereses de la sociedad verán como la legislación y la fiscalidad existentes y futuras las favorecerán. Este es uno de los grandes valores de la ESG, la garantía que actuando de forma responsable la empresa acabará contando con el apoyo de la normativa legal y con una cargas impositivas más beneficiosas. Por tanto, aplicar políticas de ESG representa una ventaja estratégica y favorece el crecimiento de la empresa.

A continuación se exponen los casos de BMW y La Fagenda, dos empresas que han tomado estrategias de contratación de personal que les son plenamente rentables y que además ayudan a los gobiernos a luchar contra el desempleo en determinados sectores sociales. Esta convergencia con los intereses del conjunto de la sociedad les permite tener una posición privilegiada a la hora de establecer relaciones las instituciones gubernamentales.

### 2.2.1. El caso BMW

En el 2007 BMW empezó a notar un descenso de la productividad en las cadenas de montaje. Al analizar sus razones se dieron cuenta que la plantilla de trabajadores había ido envejeciendo. A aquel ritmo preveían que en 2017 la media de edad de sus trabajadores en la fábrica pasara de los 39 a los 47 años. Para frenar el envejecimiento de la plantilla y mantener la productividad se les planteaba una solución tan clásica

como sencilla, despedir a los trabajadores de más edad y contratar otros más jóvenes.

Pero BMW no quiso seguir haciendo lo que tantas empresas llevaban tiempo aplicando. Decidieron no despedir a sus trabajadores de mayor edad y no prescindir así de su mano de obra más veterana. No fue una decisión basada en criterios éticos, sino puramente económicos. La automovilística alemana se dio cuenta del cambio demográfico que estaba viviendo toda Europa. La población estaba envejeciendo debido al aumento de la esperanza de vida y la disminución de la tasa de natalidad. También la presión para aumentar la edad de jubilación en muchos de los países donde tienen factorías les hizo optar por una nueva estrategia. De nada serviría ir despidiendo a los trabajadores de mayor edad ya que en pocos años representarían inevitablemente la mayor parte de la fuerza laboral en Europa.

La industria siempre había pensado que los trabajadores de cierta edad no eran aptos para las cadenas de montaje. ¿Pero y si eran las cadenas de montaje las que no se adecuaban a aquel perfil de trabajador? Para responder a esta pregunta BMW decidió hacer un interesante experimento. Creó una línea de montaje con la distribución por edades que preveían para 2017.

Con la ayuda de expertos en ergonomía, fisioterapeutas y la activa colaboración de aquella plantilla de trabajadores con una media de edad de 47 años, hicieron 70 modificaciones en la línea de montaje. Estas 70 modificaciones supusieron una inversión de solamente 20.000 euros. Eran modificaciones sencillas que perseguían el objetivo de adecuar la línea a las capacidades de sus trabajadores en lugar de ser los trabajadores los que se tuvieran que ajustar a las características de la línea.

Instalaron parqué de madera en algunas zonas para lograr un pavimento menos frío y

que suavizara la fatiga de las articulaciones. Para superar los problemas de visión que muchos trabajadores tenían debido a su edad, instalaron monitores más grandes y lupas en algunos puntos de la cadena. Una serie de pequeñas grúas y mecanismos de contrapeso evitaban que los trabajadores tuvieran que hacer esfuerzos físicos al manipular las piezas. En distintos puntos donde el operador trabajaba de pie se colocaron taburetes altos para prevenir la fatiga de aguantar largas horas en pie. La vestimenta y el calzado se modificaron para que fuesen más ligeros y cómodos. Al inicio del día un fisioterapeuta conducía una sesión de estiramientos y calentamiento que se repetía al finalizar la jornada.

Y así mismo se fueron introduciendo una serie de pequeñas modificaciones que convirtieron aquella línea diseñada para trabajadores jóvenes, en una cadena de montaje ideal para gente de mayor edad.

Los resultados fueron espectaculares. Aquellos trabajadores experimentados, que conocían todos y cada uno de los detalles de su trabajo después de desarrollarlo durante años, rendían con la misma vigorosidad que los jóvenes. En solamente un año la productividad creció un 7%, porcentaje que siguió aumentando en los siguientes años. El número de errores y defectos cayó significativamente. El absentismo laboral se redujo en un 2%.

BMW no solamente había hecho un paso importante para poner freno al drama social que representa la obsolescencia de los trabajadores llegados a cierta edad en determinados sectores productivos, sino que había encontrado la fórmula para sobrevivir al inexorable envejecimiento de la población (LOCH, STING, (et al). 2010).

### 2.2.2. El caso La Fageda

La cooperativa de productos lácticos La Fageda<sup>9</sup> es una empresa con una orientación particular. La mayor parte de los negocios están encarados hacia los accionistas y los clientes, resultando así ser los principales stakeholders de la economía. No obstante, esta empresa de Olot (Girona) centra su actividad en otro stakeholder relevante para todas las empresas pero a menudo menospreciado, los trabajadores.

La Fageda no nació para ser una generadora de dividendos que permitiese enriquecer a sus propietarios y sus esfuerzos no van dirigidos principalmente a incrementar el volumen de ventas. Esta particular cooperativa tiene como finalidad integrar en la sociedad a través del trabajo a personas con trastornos psíquicos graves.

En La Fageda trabajan 270 personas, la mitad de las cuales padecen enfermedades mentales o discapacidades psíquicas graves. Sus fundadores, psiquiatras de vocación, viendo que la sociedad trataba a estas personas como objetos, seres inútiles que hacía falta recluir en centros especializados donde agotarían sus tristes vidas, decidieron darles la oportunidad de dignificarse a través del trabajo. Rehusaban entender esta dignificación a través de talleres de manualidades, querían lograr que se sintieran realmente integrados, que tuvieran una motivación, que se sintieran orgullosos de su labor. Y para lograrlo solamente había un camino, fundar un negocio real que compitiera sin complejos con las leyes de mercado.

La Fageda es la tercera empresa de yogures en el mercado catalán, compitiendo en un sector muy disputado donde grandes multinacionales hacen enormes inversiones en publicidad, personal cualificado y canales de distribución. Y aun así, esta empresa extremadamente modesta experimenta desde hace años un crecimiento sostenido

---

<sup>9</sup> [www.fageda.com](http://www.fageda.com) (Marzo, 2015)

altísimo sin hacer publicidad. La Fageda no utiliza su particular política de contratación laboral como una herramienta de marketing.

Como se ha explicado, el objetivo de esta empresa no es incrementar el volumen de ventas y todavía menos hacerlo a través de un tipo de marketing de beneficencia. El objetivo de La Fageda es lograr que sus trabajadores sean parte de la sociedad y para ello los tratan en todo momento como personas normales. Personas con sus dificultades particulares, pero al fin y al cabo, personas (MAYOL. 2014).

Lo más sorprendente de esta singular iniciativa son sus grandes resultados económicos. La Fageda no solamente ha logrado reducir a cero la tasa de paro entre los discapacitados psíquicos en su comarca mientras la del conjunto del Estado para este colectivo supera el 95%, sino que está convirtiéndose en un ejemplo de negocio capaz de ganar posiciones entre enormes multinacionales como Danone.

Su principal secreto es un producto de una excepcional calidad a un precio competitivo. Este es un resultado que solamente se puede conseguir con una plantilla de trabajadores comprometidos, satisfechos y motivados (SEGARRA. 2011).

### *2.3. Los proveedores*

El proceso de globalización y el rápido avance tecnológico han alterado la relación de la empresa con sus proveedores. La tendencia actual en la economía mundial va en una clara dirección, la especialización. La cadena de valor cada vez se va fragmentando más a favor de la eficiencia (GUITART. 2005).

Cuando una empresa se concentra en la fabricación de un producto concreto, a veces solamente un simple componente como podría ser una cremallera, un neumático o un microchip, consigue una eficiencia a la cual difícilmente podría aspirar el fabricante de ropa, coches o sistemas informáticos.

La especialización permite lograr profundos conocimientos tecnológicos sobre un proceso productivo breve y un producto sencillo. Esto abrirá las puertas a la consecución de tiempos de producción breves, calidades de producto superiores y costes de producción óptimos gracias a la generación de economías de escala en el aprovisionamiento.

Ante la pregunta lógica de por qué este proceso de especialización no ha tenido lugar hasta ahora, existe una respuesta clara. En mercados pequeños el volumen de negocio que se puede conseguir especializándose en la fabricación de productos concretos es muy bajo. Los procesos productivos pierden eficiencia debido a la escasa producción, no se pueden lograr economías de escala y no hay márgenes suficientes para hacer grandes inversiones en investigación y desarrollo. Pero gracias a la globalización, los mercados se han ampliado hasta tal punto que el más pequeño y simple de los componentes puede encontrar una demanda suficiente como para soportar la estructura de una gran empresa.

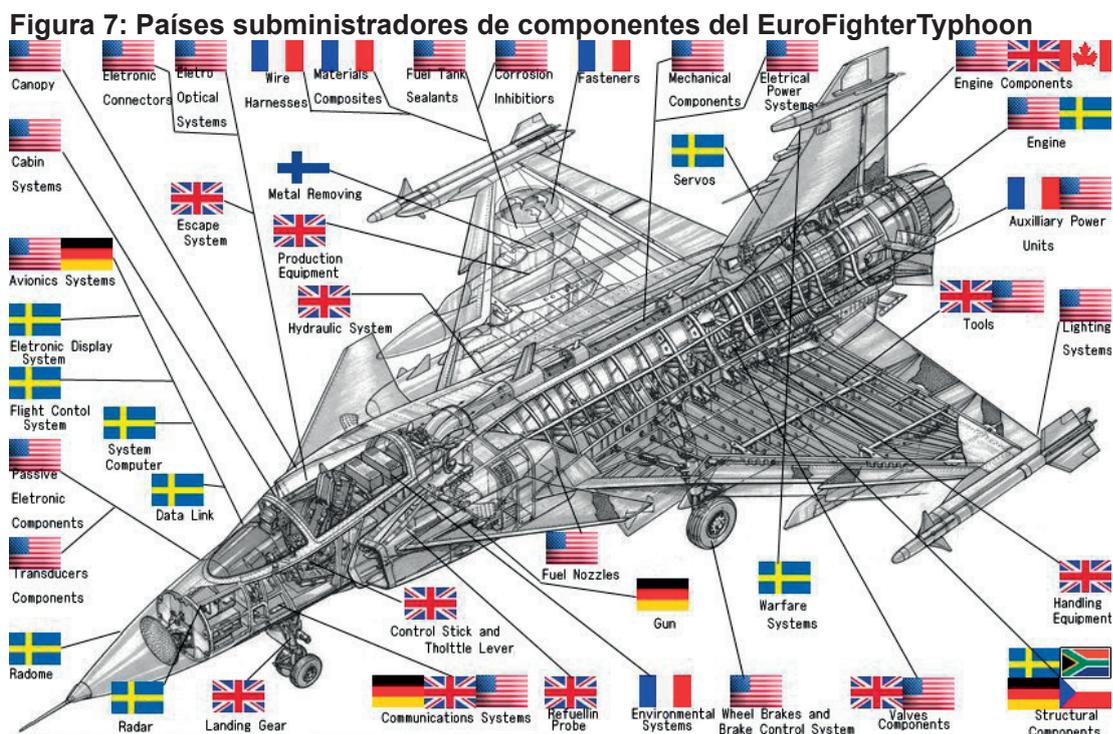
Se pueden encontrar casos tan sorprendentes como el de YKK Group, una gran multinacional especializada en la fabricación de cremalleras. Esta empresa japonesa ha conseguido producir ella sola la mayor parte de cremalleras que se comercializan alrededor del mundo. A partir de la especialización en la producción de un solo componente ha logrado un nivel de eficiencia con el que expulsa al resto de competidores del mercado (FULFORD. 2003).

Otro ejemplo puede ser el de los fabricantes de coches y en mayor medida el de los fabricantes de aviones. De los centenares de componentes que se necesitan para obtener uno de estos vehículos, bien pocos han sido producidos por el mismo fabricante. Las diferentes piezas son proveídas por empresas de distintos países y a menudo, hasta de diferentes continentes.

Tómese como ejemplo la construcción del caza-bombardero EuroFighter Typhoon. Sus principales componentes provienen de nueve países distintos situados en tres continentes diferentes. Su ensamblaje se lleva a cabo en el Alemania, el Reino Unido, España e Italia, no siendo estos dos últimos proveedores de componentes según se puede ver en la figura 7.

En un mercado global con una fuerte competencia, una de las claves para la supervivencia de una empresa es la eficiencia. Y el almacenamiento de stocks es uno de sus principales enemigos. Esto obliga a desarrollar sistemas de aprovisionamiento de gran precisión donde la puntualidad en las entregas es básica para evitar la rotura de stocks.

Pero la pesadilla de una empresa no es un retraso en el aprovisionamiento, sino perder al proveedor. Encontrar un nuevo proveedor que sea capaz de proporcionar un producto compatible con la línea de montaje y que ofrezca unos precios y calidades parecidas al anterior puede resultar muy complicado. Y si este cambio se tiene que realizar con urgencia, la solución puede que no llegue a tiempo de evitar la quiebra de la empresa.



Fuente: [www.eurofighter.com](http://www.eurofighter.com) (Abril, 2016)

Es por este motivo que las empresas que trabajan con cadenas de valor fragmentadas tienen que seleccionar con mucho cuidado a sus proveedores, valorando especialmente su solvencia. De poco servirá lograr el mejor precio y la mejor calidad si hay riesgo que el proveedor quiebre en cualquier momento.

Y aquí es donde entra en juego la ESG. Cuando una empresa utiliza unos criterios ambientales, sociales y de gobernanza de acuerdo con el interés del conjunto de la sociedad será mucho más difícil que un cambio legislativo o una sentencia judicial contraria a sus intereses la evoque a la quiebra.

Se pueden lograr precios muy competitivos a través del uso de productos tóxicos en el proceso productivo, mediante mano de obra barata en países sin derechos laborales o evadiendo impuestos a través de paraísos fiscales. Pero en cualquier momento estas

formas de ahorro de costes se pueden girar en contra de la empresa conduciéndola al cierre inmediato. Toda empresa debe procurar no depender de proveedores que puedan encontrarse en situaciones de riesgo como éstas, de manera que mostrarán mayor afinidad hacia aquellos proveedores que pueda acreditar su solidez a través de la ESG.

Un caso muy ilustrativo de la importancia que los proveedores tienen para las empresas es el de Nestlé y su Plan COCOA. A través de una estrategia de ESG Nestlé está ofreciendo apoyo a sus proveedores de cacao para garantizar el abastecimiento de esta materia prima en el futuro.

### 2.3.1. El caso Nestlé

Nestlé es una de las mayores empresas chocolateras del mundo. Por esta razón tienen una gran dependencia de su principal materia primera, el cacao. Este es un producto nada sencillo de obtener. Hay una gran demanda y la producción es muy limitada. Los árboles de cacao son delicados y solamente pueden crecer entre 20° de latitud norte y 20° de latitud sur. Necesitan climas muy ricos en lluvias y donde la temperatura oscile entre los 20°C y los 32°C. Además requieren zonas sombrías y húmedas que solamente se encuentran en los niveles inferiores de las selvas.

Se trata pues de unas condiciones muy determinadas en las que poder producir y que principalmente se encuentran en África Occidental, donde se cosecha cerca del 60% de la producción mundial. Casi toda esta producción proviene de pequeñas fincas familiares de menos de cuatro hectáreas. El proceso de cultivo, cosecha y secado de los granos de cacao apenas ha cambiado en los últimos cien años y rara vez se usa maquinaria.

A todas estas dificultades se les debe añadir que gran parte de las plantaciones son de árboles viejos que empiezan a morir y a padecer enfermedades que contagian al resto de la plantación. La baja productividad de estos cultivos viejos y enfermos hace que a medida que los árboles mueren los agricultores opten por replantar la finca con productos más económicos. Todo ello empieza a representar un grave peligro para que Nestlé tenga garantizado a medio plazo el aprovisionamiento de cacao de calidad.

Para frenar esta tendencia y asegurarse aprovisionamiento constante de materia primera de calidad, Nestlé decidió desarrollar el “Plan COCOA”<sup>10</sup>. Este proyecto tiene como objetivo apoyar al agricultor para ayudarlo a modernizar el cultivo de cacao.

Se da apoyo a la creación de cooperativas para que los agricultores sumen fuerzas y se ayuden entre ellos creando economías de escala. Se mejora el tratamiento de fertilización de la tierra de forma que no sea necesario quemar selva para conseguir nuevas tierras ricas en nutrientes. Se mejoran los sistemas de saneamiento para que el agua que se usa para regar no afecte la salud de los árboles ni la calidad de sus frutos. Se proporciona maquinaria a los agricultores para lograr cultivos menos intensivos en mano de obra.

Esta menor necesidad de mano de obra permite liberar a los niños y niñas de la familia de tener que pasar el día trabajando en el campo y esto les da tiempo para formarse en las escuelas que el mismo Plan COCOA ayuda a crear. En estas escuelas los más jóvenes aprenden técnicas de cultivo, uso de maquinaria y también nociones de finanzas para poder convertir al cabo de pocos años su explotación en un negocio rentable.

---

10 [www.nestlecocoplant.com](http://www.nestlecocoplant.com) (Febrero, 2014)

En 2012 a través del Plan COCOA, Nestlé formó en técnicas de cultivo a 27.000 agricultores, en 2013 fueron 33.800 y en el 2014 se formaron más de 25.000. Para substituir los cultivos viejos y enfermos, Nestlé proporciona plántulas de árbol de cacao de gran calidad. En 2012 se repartieron 1.100.000 de ellos, en 2013 1.065.000 y en 2014 más de 1.000.000. En 2013 el Plan COCOA había construido 23 escuelas y se prevé que al cerrar el 2015 se habrán superado las 40.

El plan se empezó a aplicar en 2012 con 40.000 agricultores, la cifra solamente ha crecido hasta los 42.000 en el año 2014, pero las toneladas de cacao producido han aumentado de las 46.000 en el 2012 hasta las 80.000 en el 2014.

Esta iniciativa está ayudando a muchas personas a mejorar sus condiciones de vida y a garantizar su sustento. Es cierto que Nestlé no pierde ninguna oportunidad para dar a conocer su Plan COCOA a los consumidores para proyectar una imagen más amigable.

Pero es igualmente cierto que esta iniciativa tiene unos resultados económicos y estratégicos de vital importancia para la viabilidad del negocio que van mucho más allá del marketing. Los agricultores aumentan la productividad y a cambio reservan las cosechas de mayor calidad para Nestlé. De esta forma la multinacional no solamente conseguirá un mejor producto, sino que dificultará a la competencia poder acceder a materia prima de calidad.

El Plan COCOA ya ha empezado a dar buenos resultados, pero los mejores llegarán a medio y largo plazo. Crear explotaciones modernas que ofrezcan productos de calidad a bajo precio y garantizar el suministro de materia prima durante el siguiente medio siglo es un objetivo de vital importancia para mantener el liderazgo mundial en la producción de derivados del cacao. Y es un objetivo que se está logrando mientras se

ayuda a los pequeños agricultores africanos.

Figura 8: Funcionamiento del Plan COCOA



Fuente: [www.foodmanufacture.co.uk](http://www.foodmanufacture.co.uk) (Noviembre, 2015)

#### 2.4. Los clientes

Como se ha explicado, el papel de la ESG respecto al Estado es el de anticipar y evitar problemas derivados de cambios legislativos y respecto al proveedor es el de ofrecer una mayor garantía de estabilidad en los suministros. Por lo que refiere a la ESG enfocada al cliente se centra principalmente en la fuerza de venta.

La ESG enfocada al cliente persigue ofrecer una buena imagen al consumidor final más que no al cliente directo. En el caso en que el cliente directo no coincida con el consumidor final acostumbrará a ser porque el primero es otra empresa que terminará la labor de producción o comercialización del producto.

Cuando el cliente es una empresa, esta podrá mostrar interés en la ESG desde la perspectiva del proveedor, es decir, interesarse por la estabilidad y solvencia del

proveedor. El enfoque al cliente, en cambio, persigue crear un cierto valor añadido al producto o servicio que se ofrece. Diferenciarlo de la competencia ofreciendo al cliente la posibilidad de colaborar para mejorar la sociedad a través de su consumo ordinario. Se podría afirmar que el enfoque al cliente es la parte de la ESG más parecida a la RSC.

Es por este motivo que en general son las empresas que ofrecen productos y servicios al consumidor final las que se centran en este enfoque de la ESG. Pero esto no quiere decir que el resto de empresas no tengan alicientes para interesarse en él. Si una marca ofrece sus productos al cliente asegurando que cumplen los criterios de ESG, será necesario que durante toda la cadena de valor se garantice el cumplimiento de estos criterios.

Por tanto también una empresa de productos y servicios intermedios puede estar interesada en ofrecer a sus empresas clientes un producto que cumpla con los criterios de ESG para desmarcarse de la competencia. No obstante se observa que en última instancia a quien va dirigido este esfuerzo es, en cualquier caso, al consumidor final.

En un mercado con un gran volumen de oferta, la diferenciación es una de las claves del éxito. Y a los publicistas no se les escapa que nos encontramos en una sociedad cada día más concienciada de los problemas sociales y medioambientales. Si bien es cierto que ha habido campañas de marketing medioambiental que eran simple fachada, es innegable que cada vez las empresas crean productos más respetuosos con el medio-ambiente. Y no solo lo hacen por imperativo legal, sino por exigencia de sus clientes (STRANDBERG. 2010).

Un caso de estrategia de ESG con enfoque al cliente es el de H&M en su campaña para el reciclaje de ropa usada que se expone a continuación.

### 2.4.1. El caso H&M

Un ejemplo de publicidad medioambiental se puede encontrar en la campaña que H&M inició a finales del 2013 bajo el lema “dale a la moda una segunda oportunidad”. La campaña consiste en gestionar las toneladas de residuos textiles que cada año terminan en los vertederos.

Se calcula que cerca de un 95% de estos residuos se podrían reutilizar y por esto H&M se ofrece a recoger toda aquella ropa, sin importar de que marca sea o en que estado esté y dar a cambio cupones de descuento para comprar en sus tiendas.

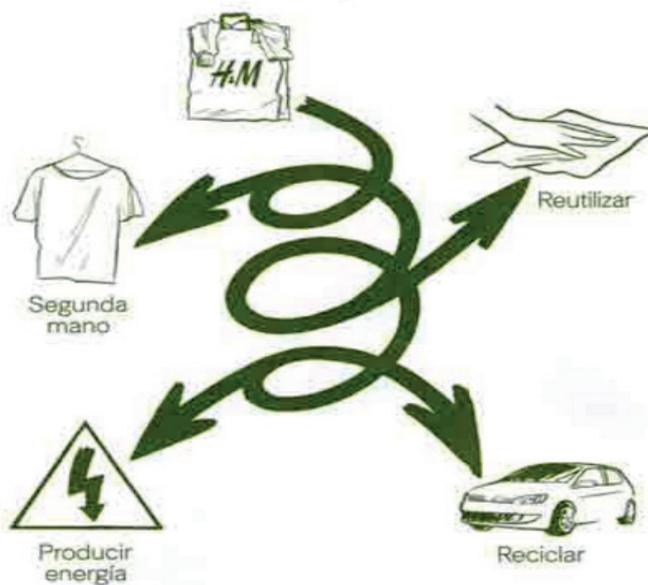
La ropa recogida que se encuentre en mejor estado será comercializada como ropa de segunda mano en diferentes países. Aquella que no pueda reutilizarse se transformará en otros productos textiles como trapos de limpieza. Todas aquellas prendas que se encuentren en un estado que no permita ninguna de las anteriores alternativas serán procesadas como fibras textiles para utilizarlas como nueva materia primera o como materiales aislantes o humectantes para la industria automovilística. Y la ropa que no tenga ninguna posibilidad de ser reciclada servirá como combustible para generar energía<sup>11</sup>.

La publicidad medioambiental ha sido muy explotada y todo apunta a que la tendencia se mantendrá alcista durante años. Pero este es solamente uno de los tres pilares de la ESG. Por ahora han sido muy pocas las campañas publicitarias basadas en los criterios de respeto a la sociedad y al buen gobierno corporativo.

---

11 [www.hm.com](http://www.hm.com) (Enero, 2015)

**Figura 9: Funcionamiento de "Dale a la moda una segunda oportunidad"**



Fuente: [www.clavesdemujer.com](http://www.clavesdemujer.com) (Diciembre, 2015)

De campañas de corte social sí que ha habido algunas, pero la gran mayoría son acciones de apoyo a colectivos desfavorecidos impulsados no tanto por las propias empresas sino más bien por sus fundaciones. Estas iniciativas no se han de clasificar dentro de la ESG, ya que no son parte del negocio de la empresa sino que se trata de actuaciones de corte filantrópico o caritativo.

Donde sí que se encuentran más campañas de corte social que respondan a estrategias de ESG es en países que no disponen del Estado del Bienestar del cual disfruta Europa. Tanto en los EE.UU. como en América Latina existen claros ejemplos de como son las mismas empresas las que cubren parte de las necesidades en sanidad, educación e infraestructuras que requieren las comunidades en las cuales se encuentran.

Por lo que se refiere a la publicidad basada en el buen sistema de gobierno de la

---

empresa, es un terreno prácticamente virgen. Rara vez una empresa utiliza sus políticas de gestión interna para incrementar su volumen de ventas. Se estaría hablando de intentar fortalecer el nivel de ventas a través de la difusión de la política de elección de cargos directivos, políticas de reparto de beneficios, políticas laborales, criterios de inversión de recursos fuera del ámbito del propio negocio o protocolos de actuación ante casos de corrupción o fraude de sus directivos.

Se pueden encontrar ejemplos de diferentes empresas que efectivamente hacen esfuerzos para cumplir los criterios de responsabilidad social en gobernanza, pero es muy extraño que lleguen a hacer bandera de ellos poniéndolos como centro de atracción de una campaña publicitaria.

Empresas como La Fageda o la ONCE son conocidas por sus políticas de contratación de colectivos en riesgo de exclusión, pero no convierten estas políticas en su reclamo publicitario. También se pueden encontrar casos de empresas que por sus estatutos o por su forma jurídica societaria tienen prohibido obtener beneficios.

Estas empresas acostumbran a usar el nombre de sociedades “sin ánimo de lucro”. Si bien utilizan este calificativo a menudo, no es común que lo usen como distintivo para atraer mayor volumen de negocio. Pues en los sectores en los que actúan toda su competencia acostumbran a ser otras empresas sin ánimo de lucro. En tal situación ese calificativo no facilita la diferenciación.

### *2.5. Los trabajadores*

Para la producción de los bienes y la prestación de los servicios que las empresas ofrecen al mercado requieren el esfuerzo de los trabajadores. La fuerza laboral se

organiza en el mercado de trabajo obedeciendo las leyes de la oferta y la demanda. El departamento de recursos humanos es el encargado de establecer relaciones contractuales con trabajadores capacitados para desarrollar las tareas que el sistema productivo requiere.

Estas relaciones contractuales deben respetar el marco jurídico nacional (DE ANCOS. 2016) e internacional (HUMBLET, ZARKA-MARTRES, (et al). 2001) que las rige y a la vez observar los criterios de eficiencia de costes para no encarecer innecesariamente el coste de la plantilla laboral.

El mercado laboral no solamente se rige por el precio, sino que resultan de gran importancia factores como los beneficios sociales, la estabilidad y las facilidades para conciliar la vida privada con la vida laboral. Maximizando las prestaciones extrasalariales ofrecidas y llevándolas más allá de los mínimos legales ofrecidos, las empresas pueden captar el perfil de trabajador que necesitan a un precio menor.

A parte del ahorro en gastos salariales, tener una buena relación con los trabajadores también influirá en la productividad de la plantilla y el absentismo. Además ayudará a prevenir los conflictos con los sindicatos evitando huelgas u otras protestas que perjudicarían la reputación de la empresa. Otra ventaja de mantener una plantilla laboral satisfecha con su trabajo será la capacidad de retener el talento y captar a su vez los trabajadores de la competencia mejor capacitados (MONDY & NOE. 2005).

Un ejemplo interesante de iniciativa de ESG desde el punto de vista del trabajador es el caso Johnson & Johnson. En él se descubre que el esfuerzo para mantener una buena relación con los trabajadores puede revertir en grandes ventajas para la empresa.

### 2.5.1. El caso Johnson & Johnson

Johnson & Johnson (J&J) es una gran multinacional del sector de la salud. Desarrolla productos sanitarios para familias y centros médicos. Pero desde hace unos años esta vocación para mejorar el bienestar y la salud de los consumidores empezó a dirigirse también hacia los trabajadores.

Asumiendo que la salud de los trabajadores está estrechamente vinculada a la salud de la organización, J&J inició un programa para mejorar la salud y el bienestar de su plantilla. El objetivo era inculcar a los trabajadores la misma devoción para la salud que demostraba la empresa. De esta forma J&J esperaba tener una plantilla más sana, enérgica y motivada incrementando así la productividad<sup>12</sup>.

El programa es totalmente gratuito y voluntario. A través de un portal on-line el trabajador se pone en contacto con expertos en distintas materias que determinan su perfil y a través de vídeo-conferencias le ofrecen una asistencia personalizada. Las principales líneas de actuación son la gestión del estrés, la calidad del sueño, la actividad física, el tabaquismo, el sobrepeso, la depresión y la correcta medicación. Cada uno de estos programas proporciona una ayuda más allá de la asistencia on-line. Se facilita el acceso de los trabajadores a gimnasios y pistas de deporte, a psicólogos, fisioterapeutas y otros expertos en las distintas necesidades que el trabajador presente.

Los resultados que se han obtenido han sido positivos. No solamente se ha logrado aumentar la productividad, sino que también se han conseguido reducir las bajas por problemas de salud, se ha mejorado la motivación de la plantilla y se ha reducido significativamente el coste de los seguros médicos de muchos de los trabajadores que han participado en el programa. Además, el seguimiento de miles de tratamientos de

---

12 [www.jnj.com](http://www.jnj.com) (Febrero, 2014)

salud ha representado una enorme y valiosa fuente de información para que la empresa mejorara e innovara en el desarrollo de sus productos<sup>13</sup>.

Se trata pues de otra iniciativa beneficiosa para el conjunto de la empresa a la vez que beneficiosa para su entorno. Si bien J&J no fue la primera empresa en perseguir la salud y el bienestar de sus trabajadores, si que ha sido la primera gran multinacional que ha aplicado un programa de esta magnitud dirigido a miles de trabajadores. Esta iniciativa puede servir de ejemplo para tantas otras empresas que decidan mejorar la salud de sus trabajadores ayudándolos así a ellos y a sus familias mientras los resultados también repercuten en la cuenta de pérdidas y ganancias de la compañía.

### *2.6. Los grupos de presión*

En el marco de la ESG el consumidor no siempre toma el papel pasivo limitándose a ser un receptor de publicidad. Gracias a las facilidades organizativas y divulgativas de las redes sociales y los medios de comunicación han nacido exitosas campañas de presión. Conscientes de su fuerza como colectivo, los consumidores crean plataformas desde las cuales exigir a las empresas que actúen de acuerdo con sus intereses.

Al encontrarse ante un nivel de organización como éste hace falta considerarlo como algo más que una serie de clientes que coinciden en sus demandas. Su fuerza conjunta y su actividad proselitista pueden causar perjuicios mucho más graves a una empresa que la simple pérdida de unos cuantos clientes descontentos. Es decir, que tiene un efecto multiplicador.

---

13 [www.cancer.org](http://www.cancer.org) (Febrero, 2014)

Uno de los primeros casos destacados de presión social contra los comportamientos poco responsables socialmente de una multinacional es el de Nike y el escándalo del uso de mano de obra infantil que se expondrá a continuación. Cabe destacar también el protagonismo de la organización Greenpeace como una de las más activas en sus demandas para que las grandes empresas respeten el medio-ambiente.

### 2.6.1. El caso Nike

Un ejemplo de las primeras grandes campañas de activismo contra las actuaciones de una empresa se encuentra en el caso Nike (HERBERT. 1996). En junio de 1996 la prestigiosa revista Life publicó un artículo en el cual denunciaba a la compañía americana por usar mano de obra infantil en Pakistán para coser pelotas de fútbol.

La denuncia tuvo repercusión mundial y en todas partes se iniciaron campañas de boicot. Merece la pena apuntar que estas campañas no consiguieron frenar el crecimiento meteórico que estaba experimentando la firma. Aquel mismo año las ventas de Nike aumentaron un 35,9%, llegando a un nivel de facturación récord. No obstante, la firma se vio forzada a disculparse y a reorganizar su producción en Pakistán (WAZIR. 2001).

Desde entonces diversas denuncias por explotación infantil han manchado la imagen de otras marcas de moda como Victoria's Secret, Addidas o Gap. La misma Organización Internacional del Trabajo admite que erradicar el trabajo infantil es una tarea difícil y lleva luchando para conseguirlo desde 1992, cuando se creó un programa específico para esta finalidad. Teniendo en cuenta la magnitud del problema que estas campañas quieren resolver, se puede concluir que su balance es notablemente positivo. Si bien no han logrado erradicar el trabajo infantil, sí que han llevado a buen término

una tarea de concienciación y de denuncia que ha permitido adelantar en la resolución de este problema (INTERNATIONAL LABOUR ORGANIZATION. 2014).

### 2.6.2. El caso Greenpeace

Una de las organizaciones que se ha mostrado más activa en campañas sobre todo de corte ecologista ha sido Greenpeace. Esta ONG ha logrado una enorme influencia alrededor del mundo y acumula numerosos éxitos.

Para poner un ejemplo de sus protestas se puede citar la impulsada en España a finales de noviembre del 2012. Distintos miembros de Greenpeace se descolgaron en la fachada de la tienda de Zara de la calle Princesa de Madrid desplegando una pancarta donde pedían al grupo Inditex que dejara de utilizar productos químicos peligrosos en la fabricación de ropa.

La organización ecologista centraba sus demandas en el uso del *nonilfenol etoxilato* (NPS) (AGENCIA EFE. 2012). Este componente está prohibido en la Unión Europea debido al riesgo de alteración hormonal y de cáncer que presenta una vez ha entrado en contacto con agua. Zara no infringía ninguna normativa ya que el producto tóxico era usado en países en vías de desarrollo. En aquellos países su uso era legal, de forma que Zara podía contaminar las aguas con sus residuos con total impunidad.

Aun pudiéndose defender alegando que no infringían ninguna ley nacional ni internacional, ante la presión social liderada por Greenpeace el grupo Inditex se vio obligado a disculparse y a abandonar el uso de este producto químico en todos sus niveles de producción (GREENPEACE. 2012).



## **Capítulo 3. Las Inversiones Socialmente Responsables y los modelos de análisis de la ESG**

En el presente capítulo se expondrá el creciente fenómeno de las Inversiones Socialmente Responsables (ISR). Se definirá su funcionamiento, se descubrirá que la indefinición de la RSC está afectando también a la ISR y se analizará la rentabilidad de éste tipo de inversiones. Para ilustrarlo, se describirá como la gestora de valores GVC Gaesco administra su fondo de inversión con criterios ISR.

Posteriormente, se tratará la capacidad limitada que existe actualmente para analizar la responsabilidad social de forma cuantitativa y contrastable y se identificará como una de las principales dificultades para desarrollar Inversiones Socialmente Responsables. Para conocer con detalle ésta deficiencia se estudiarán los principales modelos y normas que actualmente se utilizan para analizar la responsabilidad social de las empresas.

### *3.1. El funcionamiento de las ISR*

La forma en como las empresas se relacionan con su entorno es un elemento que está tomando notoriedad en los mercados financieros. En el 1999 empezó a crecer con fuerza lo que se conoce como Inversión Socialmente Responsable (ISR) (BALAGUER. 2007). Este concepto se refiere principalmente a los índices bursátiles, fondos de inversión y planes de pensiones que solamente invierten en empresas que cumplan con determinados criterios de responsabilidad social (IBAÑEZ. 2004).

Es necesario remarcar la diferencia entre la ISR y lo que se conoce como Fondos de Inversión Solidarios (FIS). La ISR invierte en empresas que han sido auditadas y

certificadas por compañías de análisis especializadas en ESG, de manera que el inversor puede estar seguro que no estará financiando determinados negocios perjudiciales para el conjunto de la sociedad. En cambio, los FIS pueden invertir en cualquier empresa y después destinar una parte de los beneficios obtenidos a financiar proyectos solidarios (ONGAWA. 2015).

Aprovechando la indefinición que pesa sobre el mundo de la responsabilidad social, los FIS pretenden hacerse pasar por ISR, pero en coherencia con todo lo que aquí se ha expuesto se deben mantener al margen. Generar beneficios a través de actividades contrarias a la ESG para posteriormente destinar una parte de éstos a iniciativas que sí que respeten la ESG no puede ser tratado en ningún caso como un negocio socialmente responsable.

Existen dos grandes compañías especializadas en el diseño de los índices de inversión socialmente responsable, el FTSE Russell y el S&P Dow Jones. Estas dos empresas se asocian con consultoras de RSC y con gestoras de valores para crear índices sectoriales o territoriales alrededor del mundo. Los más importantes son el *FTSE4Good* y el *Dow Jones Sustainability Index*.

El *FTSE4Good* pertenece al *Financial Times Stock Exchange* (FTSE), un referente mundial en el diseño de índices bursátiles. FTSE desarrolla un proceso de selección de empresas que cumplen con sus estándares de responsabilidad social y las agrupa en índices sectoriales o geográficos<sup>14</sup>.

En España ha diseñado, juntamente con Bolsas y Mercados Españoles, el índice *FTSE4GOOD IBEX*. Éste contiene todas aquellas empresas incluidas en el IBEX-35 y en el *FTSE SPAIN ALL CAPS* que cumplen con los requisitos de la ESG. Estos

---

14 [www.ftse.com/products/indices/FTSE4Good](http://www.ftse.com/products/indices/FTSE4Good) (Mayo, 2016)

requisitos son de elaboración propia y van evolucionando y perfeccionándose con el tiempo. Cada vez que hay un cambio en los estándares de ESG exigidos, FTSE se lo comunica a las empresas susceptibles de formar parte del índice y les da margen para que se adapten. Todos los beneficios que consigue FTSE con las nuevas certificaciones son donados a UNICEF. Como mínimo una vez al año FTSE y BME revisan si las empresas que conforman el índice se mantienen dentro de los márgenes exigidos y si es necesario alteran la composición de este (FTSE RUSSELL. 2015).

El *Dow Jones Sustainability World Indexes* (DJSWI) lo desarrolla S&P Dow Jones<sup>15</sup>. Esta compañía fue una de las pioneras en la creación de índices bursátiles de empresas socialmente responsables. En el 1999 diseñó sus primeros proyectos de ISR y desde entonces ha ido expandiendo esta actividad afianzándose como un referente mundial en el sector. Anualmente invita las 2.500 empresas más grandes del *Dow Jones World Index* (DJWI) a facilitarle la información necesaria para analizarlas y valorar la posibilidad de incluirlas en el DJSWI. Finalmente serán unas 1.000 empresas las que puedan acceder a conformar los índices socialmente responsables gracias a cumplir tanto los criterios de rentabilidad económica como de respeto al entorno (ONGAWA. 2015).

Para evaluar los criterios extrafinancieros de las empresas que optan a formar parte de los índices sostenibles, el DJWI se ha asociado con la consultora de ESG ROBECO SAM, que se encarga de garantizar al inversor que los activos no estarán financiando negocios perjudiciales para el conjunto de la sociedad. Ésta y muchas otras consultoras de ESG especializadas en las inversiones financieras usan como referencia para sus estándares de exigencia los *Principals for Responsible Investment* (PRI) (SUSTAINABLE BRANDS. 2016).

---

15 [www.djindexes.com/sustainability/](http://www.djindexes.com/sustainability/) (Mayo, 2016)

### 3.2. La falta de exigencia y de rigor en la gestión de las ISR

Actualmente una de las principales organizaciones que promueve y normativiza la ISR es *Principals for Responsible Investment* (PRI). Se trata de una iniciativa creada en el 2006 por la *UNEP Finance Initiative* y la *UN Global Compact*, dos instituciones de la Naciones Unidas. En el 2015 ya contaban con 1.380 firmantes y 59 mil millones de dólares en activos gestionados (PRI. 2016).

La PRI exige a sus firmantes el cumplimiento de 6 principios<sup>16</sup>:

- **Principle 1:** *We will incorporate ESG issues into investment analysis and decision-making process.*
- **Principle 2:** *We will be active owners and incorporate ESG issues into our ownership policies and practices.*
- **Principle 3:** *We will seek appropriate disclosure on ESG issues by the entities in which we invest.*
- **Principle 4:** *We will promote acceptance and implementation of the Principles within investment industry.*
- **Principle 5:** *We will work together to enhance our effectiveness in implementing the Principles.*
- **Principle 6:** *We will each report on our activities and progress towards implementing the Principles.*

---

16 [www.unpri.org](http://www.unpri.org) (Abril, 2016)

Se puede observar que se trata de unos principios bastante completos y bien definidos. Todos ellos se fundamentan en el respeto y la promoción de la ESG. Pero, en ningún momento se define este concepto. La PRI no hace ningún intento de explicar con rigor qué es la ESG, este concepto sobre el que giran sus 6 principios.

A esta indefinición patológica de todo el mundo de la responsabilidad social corporativa se le añade un segundo defecto también muy extendido en el sector. Quizás sea solamente un detalle semántico que persigue una finalidad estética, pero que cada principio empiece por *“We will”* llama la atención. Los principios de la inversión socialmente responsable no se fundamentan en lo que una empresa es o hace, sino en lo que promete que hará. Si alguien quiere hacer una inversión socialmente responsable parece evidente que tendrá que buscar una empresa capaz de decirle *“we have incorporate ESG issues into investment analysis and decision-making processes”*. Y no una que le prometa que *“we will incorporate ESG issues...”*.

La conformidad con la buena voluntad y la falta de definición son dos grandes defectos de la ISR. Estos conducen a situaciones que desvirtúan peligrosamente el concepto que pretenden promover. Se puede tomar como ejemplo de ello la composición del FTSE4Good IBEX que, como se ha explicado, es el índice bursátil que FTSE4Good ha desarrollado juntamente con BME para el mercado de valores español.

En la tabla 2 se enumeran los valores que componen el FTSE4Good IBEX y se han sombreado los valores que a la vez forman parte del IBEX-35. Como se ha indicado unas páginas atrás, este índice puede incluir todos los valores del IBEX-35 y del *FTSE SPAIN ALL CAPS* que cumplan con unos determinados criterios de responsabilidad social.

**Tabla 2: Composición del FTSE4GOOD IBEX comparado con la composición del IBEX-35**

1	ATRESMEDIA	12	FCC	23	OBR.H.LAIN
2	ABENGOA B	13	FERROVIAL	24	B.POPULAR
3	AMADEUS IT	14	GAMESA	25	PRISA
4	ACCIONA	15	GAS NATURAL	26	PROSEGUR
5	BBVA	16	INT.AIRL.GRP	27	RED ELE.CORP
6	BANKINTER	17	IBERDROLA	28	REPSOL
7	BOLSAS Y MER	18	INDITEX	29	B.SABADELL
8	CAIXABANK	19	MAPFRE	30	SANTANDER
9	DIA	20	MELIA HOTELS	31	TELEFONICA
10	ENCE	21	ARCEL.MITTAL	32	MEDIASET ESP
11	ENAGAS	22	NH HOTEL		

Fuente: BME. 2015

Se observa que 23 de las 35 empresas del IBEX-35 han sido capaces de superar estos requisitos de responsabilidad social. Todas las empresas gasistas y petroleras del IBEX-35 son, según FTSE y BME, socialmente responsables. También debe prestarse atención al sector bancario. En plena resaca de una crisis bancaria mundial que ha sido especialmente dura en España, 6 de los 7 bancos del IBEX-35 son considerados socialmente responsables por FTSE.

Después de haber requerido millonarias inyecciones de capital público, después de recibir numerosas condenas judiciales tanto sus directivos como las propias entidades, en plena crisis social por los desahucios y escándalos de las preferentes, solamente un banco del IBEX-35 puede ser señalado como no responsable socialmente (BME. 2015). Y es que incluir a Bankia como entidad socialmente responsable quizás más que sorprendente sería de mal gusto.

A las críticas por falta de exigencia sobre la definición y el cumplimiento de los índices socialmente responsables, se les debe añadir también las críticas por su falta de transparencia. En un interesante artículo en Reuters, KERBER & ORLOFSKY (2010) ponen de relieve casos de inclusión o exclusión de empresas de los índices de ISR desarrollados por el *Dow Jones Sustainability* y el *FTSE4GOOD* en que estas gestoras no han querido dar ninguna explicación sobre los motivos de sus decisiones. Un ejemplo es el caso de DuPont, una de las empresas químicas más grandes del mundo. En 2010 fue expulsada de los índices de *Dow Jones Sustainability* y de *FTSE4GOOD*.

La primera gestora no quiso dar ninguna explicación al respecto. La segunda se limitó a decir que se trataba de un asunto de derechos humanos. El caso tuvo especial repercusión ya que DuPont recriminó duramente a las dos gestoras y expresó su sorpresa sobre la decisión tomada ya que aquel mismo año había recibido reconocimientos por sus políticas laborales a favor de los homosexuales y en contra del trabajo infantil.

### 3.3. La rentabilidad de las ISR

La rentabilidad es una parte esencial de las ISR y por lo tanto también es un elemento básico para valorar su viabilidad. Tanto en el mundo académico como en el de las inversiones financieras hay disparidad de opiniones sobre si la rentabilidad de las ISR es, o no es, mayor que la de las inversiones que no contemplan criterios de ESG.

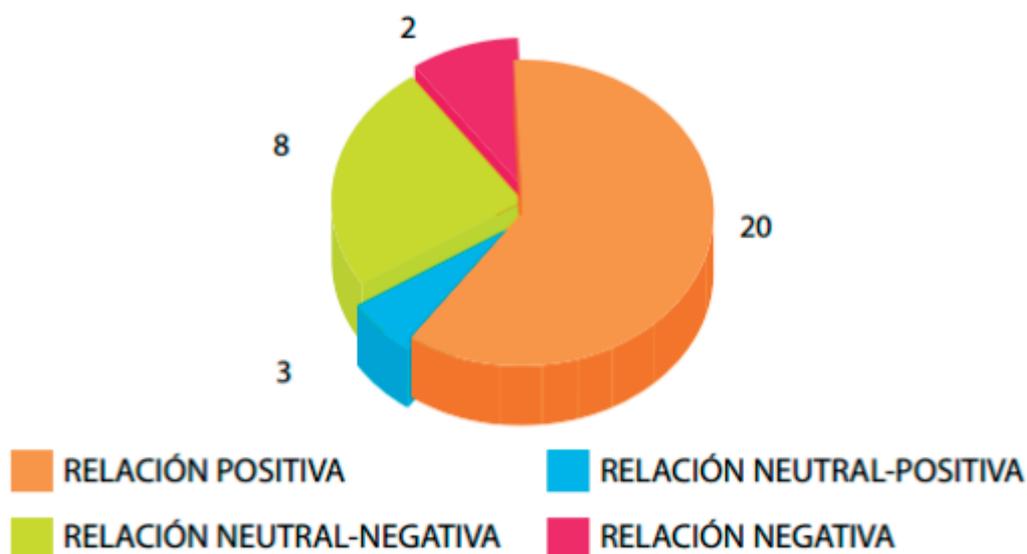
El Foro Español de Inversión Socialmente Responsable o SPAINSIF (2015) afirma que:

“La mayoría de estos estudios muestran que la ISR es al menos tan eficiente desde un punto de vista de rentabilidad-riesgo como

la inversión tradicional, sino mayor. La ISR permite además un mejor control de los riesgos de las empresas y actividades en las que se invierte.”

Para ilustrar esta información el estudio ofrece el siguiente gráfico, elaborado con información publicada por la consultora Mercer, donde queda claro que la rentabilidad-riesgo de las ISR es mayor que la de las inversiones comunes.

**Figura 10: Relación de la rentabilidad-riesgo de la ISR**



Fuente: CARPENTER & WYMAN. 2009

Pero también hay destacados estudios que concluyen que no existe diferencia alguna en la rentabilidad-riesgo entre inversiones ISR y inversiones comunes. Como ejemplo cabe señalar el trabajo ganador del Premio Moskowitz<sup>17</sup> en 2002 (BAUER, KOEDIJK & OTTEN. 2002). La muestra del estudio la formaron 103 fondos de inversión de Alemania, Reino Unido y Estados Unidos. Se analizaron sus rendimientos durante los últimos once años. Este trabajo de investigación concluyó que no existe diferencia en la rentabilidad de las ISR comparada con la de las inversiones comunes.

---

17 [www.moskowitzprize.com](http://www.moskowitzprize.com) (Mayo, 2016)

Se trata solamente de dos ejemplos, pero la literatura al respecto es extensa y heterogénea en sus conclusiones. Lo que queda confirmado con unanimidad es que la rentabilidad de las ISR nunca es peor que la de las inversiones comunes.

La poca exigencia de los estándares de la ESG para formar parte de un índice de ISR, la falta de rigor en el análisis de las empresas y la opacidad en la toma de decisiones por parte de las gestoras hacen que sea difícil encontrar diferencias determinantes entre este tipo de inversiones y las inversiones comunes.

Se puede tomar como ejemplo la evolución del *FTSE4Good IBEX* comparada con la evolución del IBEX-35:

**Figura 11: Evolución comparada del FTSE4Good IBEX y el IBEX-35**



Fuente: [www.finanzas.com](http://www.finanzas.com) (Diciembre. 2015)

Esta lectura de datos diarios durante 5 años muestra un comportamiento prácticamente idéntico de los dos índices. No obstante, en la segunda mitad del 2013 el *FTSE4Good IBEX* logra un crecimiento superior que el IBEX-35 y mantiene regular la distancia hasta

---

el final del gráfico. Que ambos índices sean tan paralelos en su comportamiento no tiene que sorprender a nadie, pues como se ha expuesto anteriormente 23 de los 35 valores del IBEX-35 son los que componen los 32 valores del *FTSE4Good IBEX*.

La falta de exigencia en la selección de las empresas que pueden o no pueden formar parte de la ISR hace que muchos de estos productos financieros no tengan prácticamente desviación respecto las inversiones estándares. Ésto conduce a afirmaciones como la de Jean Pierre Poulet, directivo de AMUNDI Internacional (SÁNCHEZ. 2015), cuando afirma que:

“En términos de rentabilidad financiera no hay ninguna diferencia entre un fondo de pensiones ISR y otro no ISR. La ventaja es que la ISR incluye una gestión de riesgos.”

Teóricamente, de los productos vinculados a la ISR se podría esperar unos rendimientos a corto plazo menores debido a los mayores costes que normalmente las empresas soportarán, una menor volatilidad debido a la gestión de riesgos que desarrollan y una mayor rentabilidad a largo plazo gracias al resultado de unas políticas que favorezcan el entorno. No obstante, como dice Jean Pierre Poulet, apenas se descubren diferencias. Ésto no es debido a que los criterios de ISR sean irrelevantes para la rentabilidad financiera, sino porque los criterios de diferenciación entre ISR y inversión común son prácticamente nulos.

#### *3.4. Sobre la fundación de un fondo ISR*

Para poder conocer con detalle como viven la situación actual de las ISR las gestoras de fondos de inversión, resulta indispensable obtener información de primera mano.

Una de las gestoras de valores y fondos de inversión más importantes de España, el grupo GVC Gaesco, accedió a aportar su experiencia para enriquecer esta tesis doctoral.

GVC Gaesco empezó en 2014 a diseñar su primer fondo de Inversión Socialmente Responsable, el GVC GAESCO SOSTENIBLE ISR CLASE A FI. Para hacer realidad este producto que les demandaban sus clientes, en primer lugar tuvieron que definir en que clase de valores podría invertir el fondo. En el documento explicativo (GVCGAESCO. 2014) del fondo se expone que:

*“En la composición de la cartera se aplicarán criterios de Inversión Socialmente Responsable, invirtiendo conforme a criterios medioambientales, sociales y de gobierno corporativo, tanto financieros como éticos, que se detallan en el Folleto completo.”*

Esta restricción se desarrolla posteriormente en forma de 4 puntos que deberán cumplir las empresas para poder formar parte de la cartera de inversión del fondo:

1. Empresas que sean socialmente responsables, eso es, que sean respetuosas con el medio-ambiente, que promuevan la sostenibilidad medioambiental y que respeten los principios del Pacto Mundial de las Naciones Unidas como son los Derechos Humanos universales, el derecho al trabajo o la lucha contra la corrupción.
2. Empresas que tengan un buen gobierno empresarial, que se ajusten a las mejores prácticas de gobierno corporativo, que estén focalizadas en la creación

de valor a largo plazo y que desarrollen relaciones positivas con sus accionistas.

3. Empresas que no tengan actividad en áreas como el armamento, el juego, la pornografía o similares.
4. Empresas en las cuales las finalidades y funcionamiento se haya detectado que no actúan contra los principios y valores recogidos por la doctrina social de la Iglesia Católica.

Si se analizan estos 4 puntos se descubre que los dos primeros son la esencia de lo que durante esta tesis doctoral se ha descrito como ESG. El tercer punto resulta algo más arbitrario ya que señala una serie de actividades económicas como intrínsecamente perjudiciales para las sociedad. Este convencimiento que unas determinadas actividades económicas no podrán ser nunca respetuosas con su entorno parece responder más bien a motivaciones de corte ético que no a razonamientos de base científica. Y el cuarto punto presenta una carga ideológica todavía más fuerte que el tercero.

Los dos últimos, son puntos que van más allá de la definición de ESG propuesta al inicio y fundamentada en el Pacto Mundial de la Naciones Unidas. Pero las restricciones que incorporan no impiden que el fondo de inversión trabaje exclusivamente con empresas respetuosas con la ESG. Simplemente agregan nuevas restricciones que limitan todavía más la actividad y lo acercan a aquello que realmente están demandando los clientes de GVC Gaesco.

Una vez determinados los criterios de la ESG a cumplir, hacía falta encontrar aquellos

valores que los respetarán y que a su vez fueran también financieramente viables para lograr niveles de rentabilidad, solvencia y volatilidad adecuados. Para facilitar esta tarea los gestores decidieron trabajar sobre los valores que el *FTSE4Good* y el *Dow Jones Sustainability* habían descrito como respetuosos con la ESG.

Pero según explica el Director Financiero de GVC Gaesco, Jaume Puig, pronto se dieron cuenta de que estos índices eran muy poco rigurosos. Los clientes pedían un fondo de inversión socialmente responsable y la gestora de fondos no podía responder diseñando un fondo que incluyera las mismas empresas que cualquier otro fondo de inversión convencional. Necesitaban poner el listón de exigencia de ESG más alto y cribar aquella larguísima lista de valores en la que parecía que cualquier empresa podía ser aceptada.

Uno de los analistas de valores a quien se encargó esta tarea, Albert Enguix, la describe como un proceso tedioso y subjetivo. Primero elegían de entre la lista del *FTSE4Good* y la del *Dow Jones Sustainability* aquellos valores que cumplieran los criterios financieros establecidos por el fondo de inversión en cuestión. Posteriormente era necesario hacer una búsqueda intensiva en Internet para descubrir cualquier noticia negativa sobre la empresa analizada. Denuncias, condenas, huelgas, acoso, contaminación o cualquier otra consideración que pudiera ser relevante en términos de ESG. Una vez analizada toda la información en Internet sobre la empresa, era presentada a un comité multidisciplinario creado especialmente para decidir si podía ser incluida o no entre las inversiones del fondo. Y así, una por una, los analistas de valores encargados de diseñar el GVC GAESCO SOSTENIBLE ISR tenían que hacer profundas, largas e imprecisas investigaciones en la red sobre un gran número de empresas.

La lista de valores que a fecha del 20 de Enero del 2016 conforma el fondo es la siguiente:

**Tabla 3: Lista de empresas que forman parte del GVC Gaesco Sostenible ISR**

1	ARM HOLDINGS	8	KONINKLIJKE PHILIPS
2	BUREAU VERITAS	9	MEDTRONIC PLC
3	CATERPILLAR	10	MUENCHENER RUECKVER REG
4	DEUTSCHE BOERSE	11	SAINT GOBAIN
5	DEUTSCHE POST -REG	12	ST JUDE MEDICAL
6	FANUC	13	UNIBAIL RODAMCO
7	KOMATSU	14	VARIAN MEDICAL SYSTEMS

Fuente: GVC GAESCO. 2014

La enorme tarea de investigación que los analistas de valores de GVC Gaesco han hecho ha dado como resultado una lista de valores meticulosamente elegidos que dista mucho de las listas de valores incluidas en los índices de *FTSE4Good* y de *Dow Jones Sustainability*. Se trata de empresas de primer nivel, con un buen estado financiero y que aun siendo conocidas, no son asociables a grandes escándalos públicos. Por lo tanto se puede concluir que el proceso de selección de valores respetuosos con la ESG desarrollado por GVC Gaesco es mucho más riguroso que los de las grandes firmas del sector.

No obstante, se trata de un proceso extremadamente costoso ya que ha requerido la dedicación de muchas horas de personal altamente calificado. Y no se trata de una inversión puntual en tiempo y recursos, sino que este procedimiento necesita ser repetido año tras año para actualizar la lista de valores en los que se puede invertir. A parte de su coste también se puede señalar como punto débil la limitación a información

publicada por agencias de noticias en Internet. Esto implica omitir todos los datos de funcionamiento regular de las empresas. Sin necesidad de ser noticia una empresa puede estar teniendo una conducta poco respetuosa con su entorno, hecho que pasaría por alto a los analistas.

Otro punto débil es el procesamiento altamente subjetivo de toda esta información por parte de cada uno de los analistas y posteriormente por el comité. No se trabaja sobre una pauta metódica y científica, sino sobre la valoración que cada uno de los sujetos implicados en la elección haga a nivel personal de los datos encontrados en la red.

Este procedimiento demuestra dar bastantes buenos resultados, pero su metodología y el coste que tiene asociado necesitan mejorar para asegurar la supervivencia del GVC GAESCO SOSTENIBLE ISR. El método de análisis cuantitativo *ESG Audit* que se expondrá en el capítulo 4 podría contribuir en gran medida al perfeccionamiento de este proceso de elección de valores respetuosos con la ESG.

### *3.5. Las normas de análisis de la ESG*

El debate sobre la convivencia entre sociedad y empresas lleva décadas dando fruto. Han surgido diversas propuestas sobre como se tienen que construir estos vínculos. Como se ha podido observar en el primer capítulo estas propuestas guardan cierto parecido. También han surgido algunas organizaciones empresariales, institucionales y sin ánimo de lucro que han trabajado para llevar estas ideas al campo práctico. Pero los pocos intentos que han habido para medir la relación de la empresa con su entorno han sido vagos. Existen algunas normas que se han creado para acotar y medir la responsabilidad social de las empresas. Las más destacadas se exponen a continuación:

### 3.5.1. Pacto Mundial

Se ha hablado anteriormente de este pacto impulsado por las Naciones Unidas que han suscrito más de 10.000 entidades y 130 países. Un consenso tan grande se ha logrado con un acuerdo de mínimos materializado en los 10 principios que delimitan el significado de la responsabilidad social corporativa. Es la norma que tiene más aceptación, pero a la vez es la más vaga<sup>18</sup>.

Figura 12: Los 10 principios del Pacto Mundial



Fuente: [www.usr.uach.mx](http://www.usr.uach.mx) (Abril, 2016)

---

18 [www.pactomundial.org](http://www.pactomundial.org) (Febrero, 2016)

### 3.5.2. GRI. Global Reporting Initiative

El Global Reporting Initiative (GRI) es una organización creada por CERES<sup>19</sup>, una red norte-americana de inversores, organizaciones medioambientales y otros grupos de interés juntamente con el Programa de las Naciones Unidas para el Medio-Ambiente (PNUMA).

Los protocolos del GRI se han ido actualizando desde que en el año 2000 se publicara el primero. Actualmente está vigente la cuarta versión. Se trata de una muy extensa normativa sobre como una empresa tiene que desarrollar su propio informe de RSC (GLOBAL REPORTING INITIATIVE. 2015). Los requisitos y el manual de desarrollo se pueden descargar gratuitamente y en distintos idiomas desde la página web de la organización.

El GRI ofrece la posibilidad de hacer un informe simplificado donde se describen 34 elementos o un informe completo con 58 elementos. Mientras que el GRI-3 presentaba un resultado alfabético de A, B, C o D, en la última actualización, el GRI-4, se ha decidido su simplificación y se ha adoptado un sistema de *pass-fail*.

Se trata de un sistema muy potente, pero no va más allá de una guía de trabajo para ofrecer unos informes en formato homogéneo entre las distintas empresas que decidan seguirlo. No hay ningún control sobre la veracidad de la información que se publica. La calificación *pass-fail* no permite hacerse una idea fiel de la relación entre la empresa y el entorno. Y lo más importante, se trata de información eminentemente cualitativa y de difícil comparación entre empresas (VIDAL & MORROS. 2014).

---

<sup>19</sup> [www.ceres.org](http://www.ceres.org) (Mayo, 2016)

Figura 13: Cambios para la G4 del GRI.



Fuente: [www.eleconomista.com.mx](http://www.eleconomista.com.mx) (Febrero, 2016)

### 3.5.3. AA 1000 AccountAbility

AccountAbility es una organización internacional que ofrece apoyo a empresas, ONGs y gobiernos para lograr los objetivos de responsabilidad social y ambiental que se proponen. Genera estrategias conjuntas con gran parte de los stakeholders para lograr resultados óptimos<sup>20</sup>.

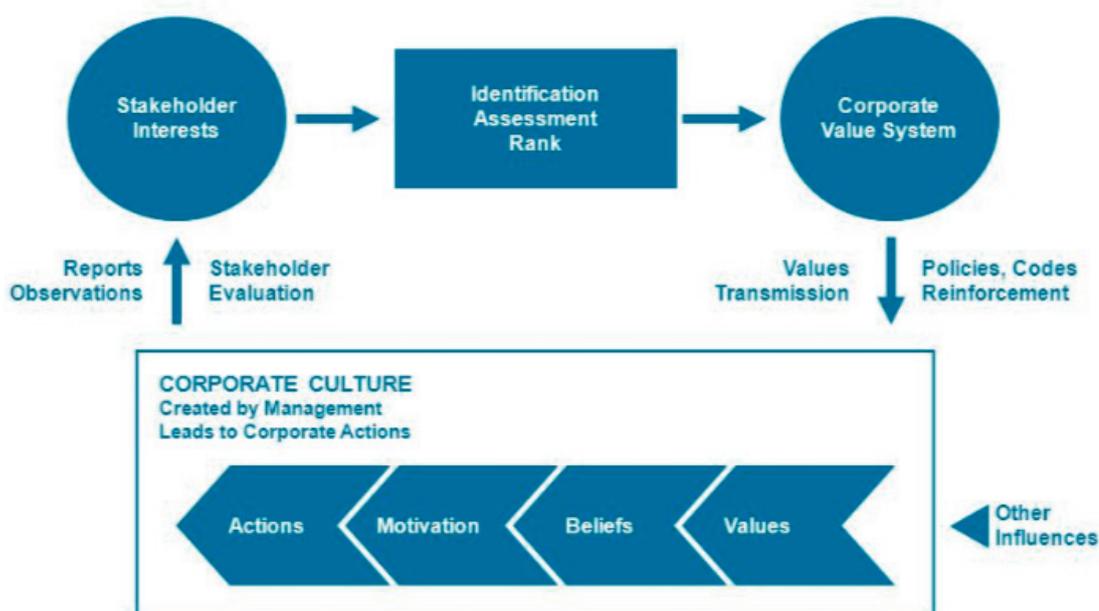
El índice AA 1000 presenta tres objetivos:

1. Establecer una estrategia basada en la determinación de todos los temas que sean relevantes para la organización y sus stakeholders.

<sup>20</sup> [www.accountability.org](http://www.accountability.org) (Noviembre, 2015)

2. Establecer metas y estándares contra los cuales la estrategia y el desempeño de la organización puedan ser juzgados.
3. Revelar información fidedigna sobre cuestiones de estrategia y rendimiento para los stakeholders.

Figura 14: Esquema AA 1000



Fuente: [www.accountability.org](http://www.accountability.org) (Noviembre, 2015)

Se puede comprobar rápidamente que si bien se trata de una norma de actuación y comunicación de la ESG, no tiene como objetivo describir el momento actual. La AA 1000 pretende describir los objetivos de ESG que se ha planteado la empresa, la estrategia para alcanzarlos y el estado de los logros.

Así pues, se trata de un índice que no ayudará a analizar la relación presente de la empresa con su entorno y todavía menos a cuantificarla para permitir su comparación con la de ESG de otras empresas.

### 3.5.4. SA 8000 Social Accountability International

Esta norma fue desarrollada por la Social Accountability International (SAI)<sup>21</sup>, una organización integrada por distintos grupos de interés centrados en mejorar el cumplimiento de los Derechos Humanos y de las condiciones laborales alrededor del mundo. El índice nació para clarificar una multitud de estándares que durante la década de los '90 habían ido apareciendo. Centra su atención en conceptos tales como el trabajo infantil, el trabajo forzado y obligatorio, la seguridad y la salud en el trabajo, los derechos sindicales, los horarios laborales, la remuneración, la discriminación y las medidas disciplinarias (STRANDBERG. 2010).

Se trata de un índice certificable y necesariamente desarrollado por técnicos cualificados por la SAI. Un punto a destacar es la peculiaridad de no certificar empresas, sino certificar individualmente las instalaciones productivas de cada una de ellas. Eso le permite fijar niveles de exigencia distintos según las dimensiones del centro de producción.

**Figura 15: Esquema SA 8000**



Fuente: SOCIAL ACCOUNTABILITY INTERNATIONAL. 2013

21 [www.sa-intl.org](http://www.sa-intl.org) (Mayo, 2016)

Toma la estructura de una auditoría y se debe reconocer que está perfectamente definida e indaga escrupulosamente en todos y cada uno de los puntos susceptibles de ser relevantes en la relación de la empresa con sus trabajadores. No obstante, se trata de nuevo de un índice cualitativo, incapaz de cuantificar aquello que con tanto rigor ha logrado recopilar. A esta dificultad para comparar las auditorías obtenidas para distintas empresas también se le debe sumar el problema que representa el tratarse de un índice limitado a una sola parte de la responsabilidad social de las empresas, los derechos laborales (SOCIAL ACCOUNTABILITY INTERNATIONAL. 2013).

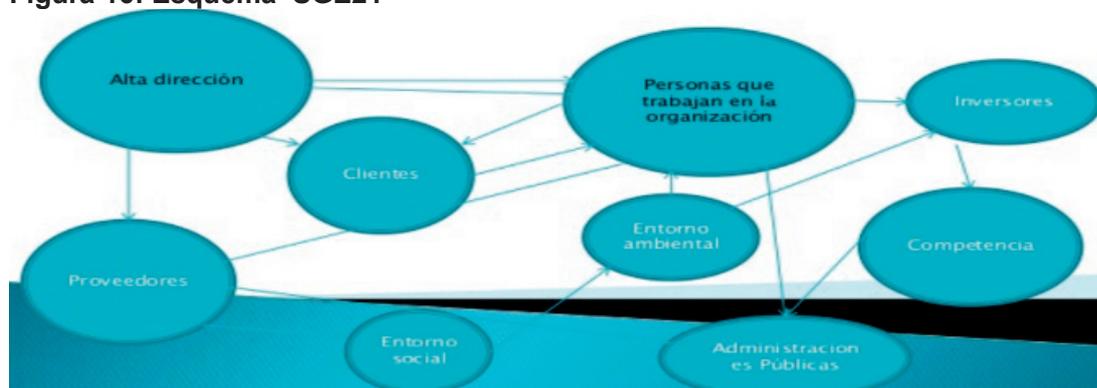
#### 3.5.5. SGE 21

El SGE 21 se trata de una norma que surge del X Congreso de Calidad Medioambiental celebrado en Barcelona en el 1999. Su voluntad es certificar aquellas empresas que puedan acreditar que tienen un comportamiento ético y socialmente responsable en los siguientes campos (SGE21. 2015):

- a. Alta dirección
- b. Clientes
- c. Proveedores
- d. Personas que integran la organización
- e. Entorno social
- f. Entorno ambiental
- g. Inversores
- h. Competencia
- i. Administraciones públicas

A diferencia de otras normas que se han expuesto, la SGE 21 persigue hacer un análisis exhaustivo de cada uno de estos elementos. La certificación pretende animar a las empresas a caminar hacia una economía más ética. Valora tanto la existencia de políticas empresariales éticas y sostenibles como las iniciativas que estén tomando las empresas certificadas para conseguirlas. Así pues, se trata de una norma bastante sencilla que no permitirá cuantificar la ESG ni favorecerá la creación de informes fácilmente comparables entre empresas (SGE21. 2015).

**Figura 16: Esquema SGE21**



Fuente: [www.es.slideshare.net](http://www.es.slideshare.net) (Abril, 2016)

### 3.5.6. ISO 26000

Este es un proyecto que ha tardado 7 años para desarrollarse y en el cual han participado 450 expertos, 210 observadores de 99 países y 42 organizaciones vinculadas. La intención inicial era lograr una certificación que combinara las existentes ISO 9000 (estándar de calidad de sistemas de gestión) y ISO 14000 (sistema de gestión ambiental). Pero durante el desarrollo se decidió reorientar el proyecto. A diferencia de la mayor parte de las normas ISO y de las normas de responsabilidad social que hasta ahora se han tratado, la ISO 26000 no es certificable. Se decidió que lo que más falta hacía actualmente en la sociedad y las empresas era una guía. Así pues, esta norma no pretende evaluar, sino ayudar a las empresas a entender qué es la

responsabilidad social y qué pasos se deben seguir para mejorarla (STRANDBERG. 2010). Es, sin duda, un documento de gran rigor, muy completo y útil. El trabajo que hay detrás de la ISO 26000 es loable. Pero como bien indican sus creadores, no responde en absoluto a la necesidad que aquí se está planteando de poder evaluar, cuantificar y comparar con facilidad la ESG de diferentes empresas (ISO. 2010).

Figura 17: Esquema ISO 26000



Fuente: [www.centrase.org](http://www.centrase.org) (Abril, 2016)

### 3.6. Diagnóstico de los actuales modelos de análisis

Se puede concluir que ninguna de las normas que actualmente existen permite conocer de forma sintética y rápida la ESG de una empresa. A través de personal específicamente cualificado se desarrollan unos informes densos con información poco o nada contrastada. Todas las normas existentes llevan a resultados cualitativos que

dificultan las comparaciones entre empresas o entre momentos temporales distintos para una misma empresa.

Para que el público pueda hacerse una idea del nivel de ESG de la empresa analizada será necesario que dedique tiempo a leer un extenso informe. Y una vez lo haya hecho no será fácil poder comparar el resultado de la empresa analizada con el de otras empresas o con la media del sector. Esta visión de las normas actuales confirma que es necesario desarrollar un modelo analítico, de fácil y rápido tratamiento, cuantificable, comparable y contrastable.

## **SEGUNDA PARTE**



## Capítulo 4. El modelo de calificación *ESG Audit*

La consideración de la ESG como un activo y la posibilidad de incorporarla en los libros contables requiere necesariamente poder valorarla. Como se ha expuesto anteriormente, distintas consultoras han desarrollado procesos para determinar si una empresa cumple o no los criterios de ESG. Pero se trata de análisis muy poco rigurosos debido principalmente a tres grandes defectos.

El primero es que normalmente no se basan en aquello que realmente hace la empresa sino que más bien giran en torno a los programas y protocolos que pretende instaurar. En segundo lugar se observa un análisis exclusivamente cualitativo, puesto que en ningún momento se desarrolla un proceso de cuantificación para determinar el resultado económico de las acciones emprendidas. Y el tercero y último gran defecto es que los resultados se limitan a conceder o denegar el cumplimiento de la ESG sin ofrecer ningún tipo de gradación.

Para superar estas dificultades, en esta segunda parte de la tesis se ofrece un modelo de calificación basado en las acciones de las empresas y no en sus intenciones; basado en la medición de aspectos cuantitativos y cualitativos; y del que resulte una información objetiva, medible, contrastable y comparable que permita obtener una imagen fiel de la empresa en términos de ESG y sea también capaz de describir su evolución a lo largo del tiempo.

La metodología para elaborar el modelo *ESG Audit* ha sido desarrollada siguiendo el método Delphi. Se ha contado con el asesoramiento de expertos en distintos campos. Entre ellos cabe destacar el analista de empresas Albert Enguix, la ambientóloga Andrea Bastida, el fiscalista Antoni Faura, el analista de riesgos Antoni Pedrós, el

director financiero Jaume Puig, el matemático Jordi Borràs y el profesor de contabilidad Jordi Martí.

#### *4.1. Introducción al modelo ESG Audit*

Teniendo presente la naturaleza de la ESG y las implicaciones que tiene para la empresa se puede inferir que se trata de un activo intangible de gran importancia estratégica. La tendencia marcada en la última década e ilustrada en la primera parte de esta tesis deja claro que la ESG seguirá cobrando fuerza hasta convertirse en una parte ineludible en el proceso de valoración de una empresa.

En la actualidad son muchas las grandes empresas que elaboran informes anuales sobre su responsabilidad social. Estos informes se publican en las respectivas webs corporativas y van dirigidos sobretodo a los consumidores. Es decir, son en primer lugar herramientas de comunicación corporativa. En ellos, se explican las nuevas iniciativas que la empresa ha emprendido y los progresos que están haciendo en los proyectos iniciados en ejercicios anteriores. Se trata de información puramente cualitativa. Ésto dificulta la realización de un seguimiento sistemático de la responsabilidad social de la empresa y su comparación con la de otras empresas.

Los ejemplos expuestos en capítulos anteriores han servido para mostrar el carácter cualitativo de estos planteamientos. En la mayoría de los casos la consultora se limita a determinar si la empresa analizada sigue o no los criterios de ESG. Como se ha ido exponiendo, la ESG está compuesta por distintos criterios independientes entre ellos y acotar su alcance es complejo.

Por tanto un análisis riguroso de estos principios no puede resolverse con una

---

afirmación simplista por dicotómica. No tiene sentido afirmar que una empresa es o no es responsable socialmente. De la misma manera que no tendría utilidad un análisis contable que se limitara a afirmar que una empresa tiene “buenos números” o que no los tiene. En los dos casos es necesario entrar en detalle. Hace falta analizar, medir y determinar el grado de adecuación de cada elemento y posteriormente ofrecer una información completa que permita al analista obtener de forma fiable y rápida los datos que necesita para tomar sus decisiones.

Si se compara un informe contable con un informe de ESG se observará una gran diferencia. El primero es de base tanto cualitativa como cuantitativa y responde a unas normas de valoración y a unos principios contables perfectamente definidos. Mientras que el segundo es puramente cualitativo y se fundamenta en unos principios y unas normas de valoración poco claras. Conseguir cuantificar la actividad de una empresa no es una tarea sencilla ni desde la perspectiva de la contabilidad ni desde la de la ESG. Afortunadamente para los contables, la suya es una ciencia con una normativa muy clara surgida de siglos de perfeccionamiento. En cambio, la cuantificación de la ESG es un reto totalmente nuevo.

El modelo de cuantificación que se presentará en las próximas páginas permite conocer con detalle el cumplimiento los criterios de ESG. Ofrecerá una imagen estática de un momento concreto en materia de ESG. La recopilación de los datos de manera sistemática y objetiva a lo largo del tiempo permitirá:

1. Analizar la ESG de la empresa.
2. Conocer la evolución en el tiempo de la ESG de la empresa.
3. Contrastar la información utilizada.
4. Comparar los resultados entre distintas empresas.

La información necesaria para completar el modelo *ESG Audit* será cuantiosa, pues la ESG trata aspectos muy diversos de la actividad empresarial. Siendo realistas se debe reconocer que a menudo la empresa preferirá guardar celosamente gran parte de esta información de los ojos de la competencia, de los clientes y de la administración.

Para evitar crear un modelo simplemente teórico o fundamentado en la palabra de la empresa, se han definido una serie de variables cuya información proviene mayoritariamente de fuentes públicas y contrastables.

Una vez las empresas tomen conciencia de las ventajas de poder medir la ESG, o de la inconveniencia de no disponer de ella cuando si que lo haga la competencia, serán más asertivas a la hora de ceder información. Se trata de un efecto que ya se ha observado en las agencias de r ating y también en otras empresas de certificación como es el caso de las ISO.

#### *4.2. Definición de las variables del modelo ESG Audit*

El modelo *ESG Audit* se fundamenta en 30 variables sobre diferentes aspectos del campo ambiental, el social y el de gobernanza. Cada una de estas variables ser a procesada por una sencilla fórmula a partir de la cual se obtendr a una calificación A, B, C o D, donde A es la más alta y D la más baja.

Todas ellas tendr an la misma ponderación. En algunos casos, para disminuir la carga subjetiva de los resultados ser a necesario el asesoramiento de expertos en determinadas materias.

Las calificaciones individuales de cada variable de la ESG permitirán compararlas para distintos periodos o entre distintas empresas. Agrupando las calificaciones de determinadas variables se puede obtener información sobre distintas clases de criterios vinculados a la ESG.

La calificación de las diferentes variables permitirá obtener un rating global del comportamiento de la empresa con su entorno. Será una valoración que sintetizará la ESG de la empresa y que permitirá compararla con facilidad con la de otras empresas o elaborar estadísticas temporales, sectoriales o de cualquier otro tipo.

Cada uno de los tres pilares de la ESG se analizará a partir de 10 variables. En la elección de estas 30 variables se han priorizado cuatro criterios: representatividad, simplicidad, fiabilidad y cuantificabilidad.

1. Representatividad: Las variables han de tratar aspectos muy diversos dentro de cada uno de los tres pilares de la ESG para poder llegar a obtener una información amplia y relevante de la empresa y su entorno.
2. Simplicidad: La información necesaria para hacer los cálculos de rating tiene que ser fácil de obtener.
3. Fiabilidad: La información utilizada tiene que ser contrastable a través de dos fuentes distintas o bien emanar de documentos oficiales presentados ante la Administración Pública.
4. Cuantificabilidad: Los datos obtenidos tienen que ser sencillos de procesar para que puedan ser convertidos en valores cuantificables.

En los siguientes apartados se definen las 30 variables que conforman el modelo *ESG Audit* segmentándolas según su pertenencia al pilar *Environmental*, *Social* o *Governance*.

Para cada una de ellas se determinará la información necesaria para calcularla, las fuentes a partir de las cuales será extraída dicha información, las fuentes a través de las cuales se podrá contrastar, el proceso de cuantificación que para cada una deberá seguirse y la forma en la que se obtendrán las calificaciones alfabéticas.

#### 4.3 Variables del pilar *Environmental*

Las variables que pertenecen al grupo *Environmental* hacen referencia a la relación que la empresa mantiene con el medio-ambiente. De entre las muchas variables que podrían intervenir en esta categoría se han seleccionado aquellas 10 que ofrecen una visión más amplia y transversal de un campo tan diverso como el ambiental.

Con carácter general, la valoración alfabética (VA) de cada variable  $(E_j^{i,t})$  que integra la dimensión *Environmental* de una empresa "i" cualquiera, en un año "t" responde a la función de transformación que se detalla a continuación:

$$(1) \quad VAE_j^{i,t} = f[E_j^{i,t}] \quad , \text{ con } j=1, 2, 3, \dots, 10$$

Las 10 variables que definirán la categoría *Environmental* en el modelo *ESG Audit* son las siguientes:

**Tabla 4: Variables Medioambientales**

Environmental:	1- Nivel de reciclaje	$NR^{i,t}$
	2- Generación de residuos	$GRT^{i,t}$
	3- Nivel de contaminación ambiental	$NCA^{i,t}$
	4- Consumo de agua	$CA^{i,t}$
	5- Impacto sobre ecosistemas	$ISE^{i,t}$
	6- Riesgo de provocar catástrofes medioambientales	$RCM^{i,t}$
	7- Nivel de eficiencia energética	$NEE^{i,t}$
	8- Dependencia de los combustibles fósiles	$DCF^{i,t}$
	9- Apoyo a las energías renovables	$AER^{i,t}$
	10- Desarrollo de programas de reducción de consumo energético	$RCE^{i,t}$

Fuente: Elaboración propia

**Tabla 5: Estructura de la variable: Nivel de reciclaje**

<u>Información necesaria:</u>	<ul style="list-style-type: none"> <li>– Residuos físicos reciclados.</li> <li>– Residuos físicos producidos.</li> </ul>
<u>Fuente de información:</u>	– Datos oficiales de gestión de residuos.
<u>Fuente de contrastación:</u>	– Facturas pagadas a las empresas de reciclaje y de gestión de residuos.
<u>Cuantificación:</u>	– Volumen de residuos reciclados dividido entre volumen de residuos físicos producidos.
<u>Valoración:</u>	$\geq 70\% = A$ $< 70\%; \geq 50\% = B$ $< 50\%; \geq 30\% = C$ $< 30\% = D$

Fuente: Elaboración propia

Siendo así la valoración alfabética (VA) de la variable Nivel de Reciclaje ( $E_1^{i,t} = NR^{i,t}$ ) de una empresa “i” cualquiera, en un año “t” responde a la función de transformación que se detalla a continuación:

$$(2) \quad VAE_1^{i,t} = f[NR^{i,t}]$$

Y de acuerdo con las consideraciones de la tabla anterior se desprende que:

$$(2.b) \text{ Si } \begin{cases} NR^{i,t} < 0,3 \rightarrow f[NR^{i,t}] = D = VAE_1^{i,t} \\ 0,3 \leq NR^{i,t} < 0,5 \rightarrow f[NR^{i,t}] = C = VAE_1^{i,t} \\ 0,5 \leq NR^{i,t} \leq 0,7 \rightarrow f[NR^{i,t}] = B = VAE_1^{i,t} \\ 0,7 < NR^{i,t} \rightarrow f[NR^{i,t}] = A = VAE_1^{i,t} \end{cases}$$

## 2. Generación de residuos tóxicos

Uno de los grandes peligros para el medio-ambiente es la generación de residuos tóxicos, contaminantes o radioactivos. El poder destructivo de esta clase de residuos difícilmente puede ser neutralizado y su almacenamiento y aislamiento mantiene latente el riesgo de causar grandes daños al medio-ambiente. Desarrollar una función que incluyera los diferentes tipos de residuos peligrosos, su correcto tratamiento y el riesgo de causar daños una vez aislados, sería tan complejo que perjudicaría la simplicidad del modelo.

Para simplificar el análisis de la variable se requerirá que la empresa facilite los datos presentados en la declaración de residuos producidos, expresados en kilogramos. Esta información podrá ser contrastada con las facturas pagadas a la empresa que gestiona estos residuos. Con la ayuda de expertos en la gestión de residuos el analista tendrá que valorar el riesgo que los residuos producidos por la empresa suponen para el medio-ambiente según cuatro sencillas categorías.

**Tabla 6: Estructura de la variable: Generación de residuos tóxicos**

<u>Información necesaria:</u>	– Volumen de residuos tóxicos, contaminantes o radioactivos producidos.
<u>Fuente de información:</u>	– Datos oficiales de gestión de residuos.
<u>Fuente de contrastación:</u>	– Facturas pagadas a la empresa de gestión de residuos.
<u>Cuantificación:</u>	– Innecesaria.
<u>Valoración:</u>	– No se generan residuos tóxicos = A – Se generan residuos tóxicos de poca peligrosidad y se gestionan correctamente = B

	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Se generan residuos tóxicos de alta peligrosidad y se gestionan correctamente = C</li> <li>- Se generan residuos tóxicos y no son gestionados correctamente = D</li> </ul>
--	---

Fuente: Elaboración propia

La valoración alfabética (VA) de la variable Generación de Residuos Tóxicos ( $E_2^{i,t} = GRT^{i,t}$ ) de una empresa “i” cualquiera, en un año “t” responde a la función de transformación que se detalla a continuación:

$$(3) \quad VAE_2^{i,t} = f[GRT^{i,t}]$$

### 3. Niveles de contaminación ambiental

A parte de los residuos especialmente peligrosos, también hay otros tipos de residuos resultantes de las actividades productivas que hace falta analizar. La emisión de gases contaminantes, el vertido de residuos en vías fluviales o mares y la contaminación del suelo y subsuelo no presentan el mismo riesgo de causar grandes catástrofes ambientales pero sí que representan un peligro para la supervivencia de los ecosistemas. Para analizarlos se seguirá el mismo procedimiento que en la anterior variable ya que intentar evaluarla a través de una fórmula perjudicaría el criterio de sencillez que debe imperar en el modelo. Así pues, la empresa presentará los datos de vertidos de residuos en el aire, tierra y agua expresados en toneladas y, con la ayuda de expertos, el analista deberá valorar de acuerdo con los criterios de valoración de la tabla 7, el impacto que generan sobre el medio-ambiente.

**Tabla 7: Estructura de la variable: Nivel de contaminación ambiental**

<u>Información necesaria:</u>	<ul style="list-style-type: none"> <li>– Volumen de emisiones de gases contaminantes, de vertido de residuos en vías de agua y de contaminación del suelo y subsuelo.</li> </ul>
<u>Fuente de información:</u>	<ul style="list-style-type: none"> <li>– Datos oficiales de gestión de residuos.</li> </ul>
<u>Fuente de contrastación:</u>	<ul style="list-style-type: none"> <li>– Facturas pagadas a la empresa de gestión de residuos.</li> </ul>
<u>Cuantificación:</u>	<ul style="list-style-type: none"> <li>– Innecesaria.</li> </ul>
<u>Valoración:</u>	<ul style="list-style-type: none"> <li>– No produce contaminación ambiental = A</li> <li>– El impacto sobre el medio-ambiente no es relevante para su correcto desarrollo = B</li> <li>– El impacto sobre el medio-ambiente es relevante, pero se llevan a cabo políticas para reducirlo = C</li> <li>– Causa contaminación ambiental relevante sin aplicar políticas para evitarlo = D</li> </ul>

Fuente: Elaboración propia

La valoración alfabética (VA) de la variable Nivel de Contaminación Ambiental  $(E_3^{i,t} = NCA^{i,t})$  de una empresa “i” cualquiera, en un año “t” responde a la función de transformación que se detalla a continuación:

$$(4) \quad VAE_3^{i,t} = f[NCA^{i,t}]$$

#### 4. Consumo de agua

El agua es un bien cada día más escaso y es de vital importancia en el medio-ambiente. Es necesario valorar el consumo de agua de la empresa en función del valor de su producción. Dividiendo el volumen de agua consumido entre la facturación se

conocerá cuanta agua necesita la empresa para ingresar un euro. Los datos se obtendrán de la declaración de residuos y se presentarán en metros cúbicos. Se podrán contrastar con las facturas de la empresa proveedora de agua.

**Tabla 8: Estructura de la variable: Consumo de agua**

<u>Información necesaria:</u>	<ul style="list-style-type: none"> <li>– Consumo de agua.</li> <li>– Facturación anual.</li> </ul>
<u>Fuente de información:</u>	<ul style="list-style-type: none"> <li>– Datos oficiales de gestión de residuos.</li> </ul>
<u>Fuente de contrastación:</u>	<ul style="list-style-type: none"> <li>– Facturas pagadas a la empresa suministradora de agua.</li> </ul>
<u>Cuantificación:</u>	<ul style="list-style-type: none"> <li>– Dividir metros cúbicos de agua consumidos entre volumen total de facturación.</li> </ul>
<u>Valoración:</u>	$\leq 0,2 = A$ $> 0,2; \leq 0,45 = B$ $> 0,45; \leq 0,7 = C$ $> 0,7 = D$

Fuente: Elaboración propia

La valoración alfabética (VA) de la variable Consumo de Agua  $(E_4^{i,t} = CA^{i,t})$  de una empresa “i” cualquiera, en un año “t” responde a la función de transformación que se detalla a continuación:

$$(5) \quad VAE_4^{i,t} = f[CA^{i,t}]$$

Y de acuerdo con las consideraciones de la tabla anterior se desprende que:

$$(5.b) \text{ Si } \begin{cases} CA^{i,t} \leq 0,2 \rightarrow f[CA^{i,t}] = A = VAE_4^{i,t} \\ 0,2 < CA^{i,t} \leq 0,45 \rightarrow f[CA^{i,t}] = B = VAE_4^{i,t} \\ 0,45 < CA^{i,t} \leq 0,7 \rightarrow f[CA^{i,t}] = C = VAE_4^{i,t} \\ 0,7 < CA^{i,t} \rightarrow f[CA^{i,t}] = D = VAE_4^{i,t} \end{cases}$$

### 5. Impacto sobre los ecosistemas

A parte de los residuos peligrosos y de aquellos otros que son vertidos directamente al medio-ambiente es necesario tener en cuenta todo aquello que puede alterar los ecosistemas. Esta información será extraída de la declaración oficial de gestión de residuos y con la ayuda de expertos el analista valorará su peligrosidad para alterar la vida de los ecosistemas.

**Tabla 9: Estructura de la variable: Impacto sobre los ecosistemas**

<u>Información necesaria:</u>	<ul style="list-style-type: none"> <li>– Determinar la capacidad que la actividad de la empresa tiene para afectar bosques, selvas, mares, ríos, fondos marinos y costas.</li> </ul>
<u>Fuente de información:</u>	<ul style="list-style-type: none"> <li>– Datos oficiales de gestión de residuos.</li> </ul>
<u>Fuente de contrastación:</u>	<ul style="list-style-type: none"> <li>– En caso de observar dudas sobre la capacidad de impacto que la actividad de la empresa pueda tener sobre los ecosistemas se podrá pedir asesoramiento a una consultora ambiental.</li> </ul>
<u>Cuantificación:</u>	<ul style="list-style-type: none"> <li>– Innecesaria.</li> </ul>
<u>Valoración:</u>	<ul style="list-style-type: none"> <li>– Impacto inexistente = A</li> <li>– Impacto incapaz de alterar substancialmente la vida del ecosistema = B</li> <li>– Impacto capaz de alterar substancialmente la vida del ecosistema = C</li> </ul>

	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Impacto que posa en grave riesgo alguna de las partes del ecosistema = D</li> </ul>
--	--

Fuente: Elaboración propia

La valoración alfabética (VA) de la variable Impacto Sobre los Ecosistemas  $(E_5^{i,t} = ISE^{i,t})$  de una empresa “i” cualquiera, en un año “t” responde a la función de transformación que se detalla a continuación:

$$(6) \quad VAE_5^{i,t} = f [ISE^{i,t}]$$

### 6. Riesgo de provocar catástrofes medioambientales

Más allá de los residuos generados por una actividad productiva también existe un riesgo para el medio-ambiente inherente a la propia actividad. Se puede tomar como ejemplo el transporte de carburante por vía marítima. En las variables anteriores no tendría porque obtener puntuaciones bajas ya que prácticamente el único residuo que genera es la emisión de gases de los motores de los barcos. No obstante se trata de una actividad que ha causado grandes catástrofes ambientales, entre ellas la del “Prestige” en Galicia y la costa cantábrica (ECOLOGISTAS EN ACCIÓN. 2012). Para hacer el análisis de esta variable se necesitará que el analista valore de acuerdo con los criterios de la tabla 10, el riesgo que el sector tiene de provocar catástrofes medioambientales y determine el abasto territorial que estas pudieran tener.

**Tabla 10: Estructura de la variable: Riesgo de causar catástrofes medioambientales**

<u>Información necesaria:</u>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Determinar la existencia de catástrofes medioambientales causadas por el sector productivo al cual pertenece la empresa analizada.</li> </ul>
-------------------------------	--

	<ul style="list-style-type: none"> <li>– Determinar si estas catástrofes han tenido un abasto local, nacional o internacional.</li> </ul>
<u>Fuente de información:</u>	<ul style="list-style-type: none"> <li>– Agencias de información y consultoras ambientales.</li> </ul>
<u>Fuente de contrastación:</u>	<ul style="list-style-type: none"> <li>– Jurisprudencia de los casos abiertos para tratar estas catástrofes.</li> </ul>
<u>Cuantificación:</u>	<ul style="list-style-type: none"> <li>– Innecesaria.</li> </ul>
<u>Valoración:</u>	<ul style="list-style-type: none"> <li>– Sin perspectiva de causar catástrofes = A</li> <li>– Con posibilidades de causar catástrofes de impacto local = B</li> <li>– Con posibilidades de causar catástrofes de impacto nacional = C</li> <li>– Con posibilidades de causar catástrofes de impacto internacional = D</li> </ul>

Fuente: Elaboración propia

La valoración alfabética (VA) de la variable Riesgo de Causar Catástrofes Medioambientales  $(E_6^{i,t} = RCM^{i,t})$  de una empresa “i” cualquiera, en un año “t” responde a la función de transformación que se detalla a continuación:

$$(7) \quad VAE_6^{i,t} = f[RCM^{i,t}]$$

## 7. Nivel de eficiencia energética

El ahorro energético es uno de los grandes retos para lograr un mundo más sostenible. Para valorar esta variables se dividirá el consumo energético entre la facturación anual para poder conocer la eficiencia energética de la empresa. El coste del consumo

energético valorado en euros se extraerá de la declaración de consumos energéticos y la facturación total del impuesto de sociedades. Se podrá contrastar el coste del consumo energético mediante las facturas recibidas para estos suministros.

**Tabla 11: Estructura de la variable: Nivel de eficiencia energética**

<u>Información necesaria:</u>	<ul style="list-style-type: none"> <li>– Coste del consumo energético.</li> <li>– Facturación anual.</li> </ul>
<u>Fuente de información:</u>	<ul style="list-style-type: none"> <li>– Declaración a la administración de consumos energéticos.</li> <li>– Impuesto de sociedades.</li> </ul>
<u>Fuente de contrastación:</u>	<ul style="list-style-type: none"> <li>– Facturas de consumo energético.</li> </ul>
<u>Cuantificación:</u>	<ul style="list-style-type: none"> <li>– Coste de los consumos energéticos dividido entre la facturación de la empresa.</li> </ul>
<u>Valoración:</u>	<ul style="list-style-type: none"> <li>≤ 0,6% = A</li> <li>&gt;0,6%; ≤0,8% = B</li> <li>&gt;0,8%; ≤1% = C</li> <li>&gt; 1% = D</li> </ul>

Fuente: Elaboración propia

La valoración alfabética (VA) de la variable Nivel de Eficiencia Energética ( $E_7^{i,t} = NEE^{i,t}$ ) de una empresa “i” cualquiera, en un año “t” responde a la función de transformación que se detalla a continuación:

$$(8) \quad VAE_7^{i,t} = f[NEE^{i,t}]$$

Y de acuerdo con las consideraciones de la tabla anterior se desprende que:

$$(8.b) \text{ Si } \begin{cases} NEE^{i,t} \leq 0,006 \rightarrow f[NEE^{i,t}] = A = VAE_7^{i,t} \\ 0,006 < NEE^{i,t} \leq 0,008 \rightarrow f[NEE^{i,t}] = B = VAE_7^{i,t} \\ 0,008 < NEE^{i,t} \leq 0,01 \rightarrow f[NEE^{i,t}] = C = VAE_7^{i,t} \\ 0,01 < NEE^{i,t} \rightarrow f[NEE^{i,t}] = D = VAE_7^{i,t} \end{cases}$$

## 8. Dependencia de los combustibles fósiles

La dependencia de los combustibles fósiles tiene un impacto negativo en el medioambiente que se inicia con la extracción de la materia primera, continúa con el refinamiento, el transporte y el almacenamiento y acaba con su combustión. Además, esta dependencia también representa un riesgo para la supervivencia a medio y largo plazo de las economías ante la perspectiva de notables incrementos de su precio. Para valorar esta variable se tomará de la declaración de consumos energéticos el coste total en euros del consumo de combustibles fósiles y se dividirá entre el consumo energético total, valorado también en euros. El resultado se expresará de forma porcentual. Se podrán contrastar los datos mediante las facturas de suministro correspondientes.

**Tabla 12: Estructura de la variable: Dependencia de los combustibles fósiles**

<u>Información necesaria:</u>	<ul style="list-style-type: none"> <li>– Coste total del consumo de combustibles fósiles.</li> <li>– Coste total del consumo energético.</li> </ul>
<u>Fuente de información:</u>	– Declaración a la administración de consumos energéticos.
<u>Fuente de contrastación:</u>	– Facturas de consumo energético.
<u>Cuantificación:</u>	– Coste de los consumos de los combustibles fósiles dividido entre el coste total del consumo energético.
<u>Valoración:</u>	<p>≤0,1% = A</p> <p>&gt;0,1%; ≤0,2% = B</p>

	$>0,2\%; \leq 0,3\% = C$ $>0,3\% = D$
--	--

Fuente: Elaboración propia

La valoración alfabética (VA) de la variable Dependencia de los Combustibles Fósiles  $(E_8^{i,t} = DCF^{i,t})$  de una empresa "i" cualquiera, en un año "t" responde a la función de transformación que se detalla a continuación:

$$(9) \quad VAE_8^{i,t} = f[DCF^{i,t}]$$

Y de acuerdo con las consideraciones de la tabla anterior se desprende que:

$$(9.b) \text{ Si } \begin{cases} DCF^{i,t} \leq 0,001 \rightarrow f[DCF^{i,t}] = A = VAE_8^{i,t} \\ 0,001 < DCF^{i,t} \leq 0,002 \rightarrow f[DCF^{i,t}] = B = VAE_8^{i,t} \\ 0,002 < CA^{i,t} \leq 0,003 \rightarrow f[DFC^{i,t}] = C = VAE_8^{i,t} \\ 0,003 < DCF^{i,t} \rightarrow f[DCF^{i,t}] = D = VAE_8^{i,t} \end{cases}$$

### 9. Apoyo a las energías renovables

La gran apuesta de futuro para lograr un mundo sostenible es la utilización de las energías renovables. Entendiendo que estas están en proceso de perfeccionamiento se ha querido dar una visión amplia de lo que representa darles apoyo.

A parte de valorar su consumo en función del consumo energético total, también se ha valorado la posesión de activos inmovilizados para su producción respecto al total de activos inmovilizados, el total de activos financieros de empresas exclusivamente

---

dedicadas a la producción de energías renovables respecto al total de activos financieros y las donaciones en favor de la investigación de estas tecnologías respecto al total de donaciones hechas por la empresa.

Se dividirá el consumo de energía renovable entre el consumo de energía total, los activos inmovilizados para la producción de energía renovable entre los activos totales, los activos financieros de empresas productoras de energías renovables entre los activos financieros totales, las donaciones para el desarrollo de energías renovables entre las donaciones totales y se sumarán los resultados.

Las fuentes serán la declaración de consumos energéticos, la cuenta de pérdidas y ganancias, el balance y la memoria. Se podrán contrastar los distintos datos mediante las facturas que los justifican.

**Tabla 13: Estructura de la variable: Apoyo a las energías renovables**

<u>Información necesaria:</u>	<ul style="list-style-type: none"><li>– Activos inmovilizados para la producción de energías renovables.</li><li>– Total activo inmovilizado.</li><li>– Valor del consumo de energía renovable.</li><li>– Coste total del consumo energético.</li><li>– Activos financieros de empresas productoras de energía exclusivamente renovable.</li><li>– Total activos financieros.</li><li>– Donaciones para la investigación y desarrollo de energías renovables.</li></ul>
-------------------------------	---

	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Total donaciones.</li> </ul>
<u>Fuente de información:</u>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Balance.</li> <li>- Cuenta de pérdidas y ganancias.</li> <li>- Memoria.</li> <li>- Declaración de consumos energéticos.</li> </ul>
<u>Fuente de contrastación:</u>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Facturas.</li> </ul>
<u>Cuantificación:</u>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Activos inmovilizados para la producción de energías renovables dividido entre los activos inmovilizados totales.</li> <li>- Consumo de energía renovable dividido entre el consumo total de energía.</li> <li>- Activos financieros de empresas productoras de energías renovables dividido entre el total de activos financieros.</li> <li>- Donaciones para la investigación y desarrollo de energías renovables dividido entre el total de donaciones.</li> <li>- Sumatorio de los resultados de las divisiones.</li> </ul>
<u>Valoración:</u>	<p>≥0,6 = A</p> <p>&lt;0,6; ≥0,3 = B</p> <p>&lt;0,3; ≥0,1 = C</p> <p>&lt;0,1 = D</p>

Fuente: Elaboración propia

La valoración alfabética (VA) de la variable Apoyo a las Energías Renovables  $(E_9^{i,t} = AER^{i,t})$  de una empresa "i" cualquiera, en un año "t" responde a la función de transformación que se detalla a continuación:

$$(10) \quad VAE_9^{i,t} = f[AER^{i,t}]$$

Y de acuerdo con las consideraciones de la tabla anterior se desprende que:

$$(10.b) \text{ Si } \begin{cases} AER^{i,t} \geq 0,6 \rightarrow f[AER^{i,t}] = A = VAE_9^{i,t} \\ 0,6 > AER^{i,t} \geq 0,3 \rightarrow f[AER^{i,t}] = B = VAE_9^{i,t} \\ 0,3 > AER^{i,t} \geq 0,1 \rightarrow f[AER^{i,t}] = C = VAE_9^{i,t} \\ 0,1 > AER^{i,t} \rightarrow f[AER^{i,t}] = D = VAE_9^{i,t} \end{cases}$$

### 10. Desarrollo de programas de reducción de consumo energético

La última de las variables del pilar medioambiental hace referencia a los programas de reducción del consumo energético que la empresa está aplicando. Esta variable busca premiar a aquellas empresas que se esfuercen para ser más eficientes energéticamente. Esto supone un beneficio para el medio-ambiente y también un beneficio para la cuenta de pérdidas y ganancias de la propia empresa. Para calcular la variable se analizarán los programas que la empresa esté aplicando y se contrastarán las facturas como justificante de que estos programas realmente están siendo aplicados. El analista deberá valorar, de acuerdo con la tabla 14, el porcentaje de ahorro que la empresa obtendrá.

**Tabla 14: Estructura de la variable: Desarrollo de programas de reducción de consumo energético**

<u>Información necesaria:</u>	<ul style="list-style-type: none"> <li>– Determinar si la empresa desarrolla programas de reducción de consumo energético.</li> <li>– Determinar si la empresa invierte en la producción de energía a través de fuentes renovables.</li> </ul>
<u>Fuente de información:</u>	<ul style="list-style-type: none"> <li>– Obtención a través de fuentes de la propia empresa.</li> </ul>
<u>Fuente de contrastación:</u>	<ul style="list-style-type: none"> <li>– Solicitar los respectivos programas o facturas de</li> </ul>

	inversión.
<u>Cuantificación:</u>	– Innecesaria.
<u>Valoración:</u>	<ul style="list-style-type: none"> <li>– La empresa está implantando programas que permitirán reducir el consumo (bien por ahorro, bien por autoproducción) en más de un 10% = A</li> <li>– La empresa está implantando programas que permitirán reducir el consumo energético (bien por ahorro, bien por autoproducción) en menos de un 10% = B</li> <li>– La empresa está desarrollando programas de racionalización del consumo energético pero no están acabados o no se han empezado a aplicar = C</li> <li>– La empresa no está desarrollando programas de racionalización del consumo energético = D</li> </ul>

Fuente: Elaboración propia

La valoración alfabética (VA) de la variable Desarrollo de Programas de Reducción de Consumo Energético  $(E_{10}^{i,t} = RCE^{i,t})$  de una empresa “i” cualquiera, en un año “t” responde a la función de transformación que se detalla a continuación:

$$(11) \quad VAE_{10}^{i,t} = f[RCE^{i,t}]$$

#### 4.4. Variable del pilar Social

Las variables que conforman el pilar *Social* procurarán describir la relación que la empresa tiene con la sociedad. Éste es un campo muy diverso y por esto se ha primado

la elección de variables que cumplan los criterios de representatividad y relevancia.

Con carácter general la valoración alfabética (VA) de cada una de las variables  $(S_j^{i,t})$  que integran la dimensión *Social* de una empresa “i” cualquiera, en un año “t” responde a la función de transformación que se detalla a continuación:

$$(12) \quad VAS_j^{i,t} = f[S_j^{i,t}] \quad , \text{ con } j=1, 2,3,\dots,10$$

**Tabla 15: Variables Sociales**

Social:	11- Contratación de personas con problemas de inclusión social	$CPI^{i,t}$
	12- Paridad de género en la plantilla	$PGP^{i,t}$
	13- Contratación de residentes en el área geográfica en puestos de responsabilidad	$CRA^{i,t}$
	14- Utilización de mano de obra infantil	$MOI^{i,t}$
	15- Centros productivos en países sin derechos laborales	$DL^{i,t}$
	16- Reclamaciones de asociaciones de consumidores	$ACC^{i,t}$
	17- Nivel de compras a empresas según el nivel de ESG	$NC^{i,t}$
	18- Nivel de ventas a empresas según el nivel de ESG	$NV^{i,t}$
	19- Apoyo a la investigación médica y a programas de educación	$AIM^{i,t}$
	20- Apoyo a actividades culturales	$AAC^{i,t}$

Fuente: Elaboración propia

### 11. Contratación de personas con problemas de inclusión social

La primera de las variables de estos pilares pone de relieve la importancia de tratar la sociedad como un conjunto de individuos con diferentes particularidades pero con el mismo derecho y necesidad de sentirse parte de ella. Para calcular la variable se dividirá el número de trabajadores discapacitados o en riesgo de exclusión social que formen parte de la plantilla de la empresa, entre el número total de trabajadores que conformen esta plantilla. El resultado se expresará de forma porcentual. Los datos serán extraídos de las declaraciones a la Seguridad Social y de la documentación acreditativa de la LISMI.

**Tabla 16: Estructura de la variable: Contratación de personas con problemas de inclusión social**

<u>Información necesaria:</u>	<ul style="list-style-type: none"> <li>– Número de trabajadores discapacitados o con riesgo de exclusión social.</li> <li>– Número de trabajadores en plantilla.</li> </ul>
<u>Fuente de información:</u>	– Seguridad Social.
<u>Fuente de contrastación:</u>	– Documentación acreditativa del cumplimiento de la LISMI ( <i>Ley de Integración Social de Minusválidos</i> ).
<u>Cuantificación:</u>	– Suma del número total de trabajadores con dificultades laborales y división por el total de la plantilla media.
<u>Valoración:</u>	<p>≥6% = A</p> <p>&lt;6%; ≥4% = B</p> <p>&lt;4%; ≥2% = C</p> <p>&lt;2% = D</p>

Fuente: Elaboración propia

La valoración alfabética (VA) de la variable Contratación de Personas con problemas de Inclusión social  $(S_1^{i,t} = CPI^{i,t})$  de una empresa “i” cualquiera, en un año “t” responde a la función de transformación que se detalla a continuación:

$$(13) \quad VAS_1^{i,t} = f[CPI^{i,t}]$$

Y de acuerdo con las consideraciones de la tabla anterior se desprende que:

$$(13.b) \text{ Si } \begin{cases} CPI^{i,t} < 0,02 \rightarrow f[CPI^{i,t}] = D = VA S_1^{i,t} \\ 0,02 \leq CPI^{i,t} < 0,04 \rightarrow f[CPI^{i,t}] = C = VA S_1^{i,t} \\ 0,04 \leq CPI^{i,t} < 0,06 \rightarrow f[CPI^{i,t}] = B = VA S_1^{i,t} \\ 0,06 \leq CPI^{i,t} \rightarrow f[CPI^{i,t}] = A = VA S_1^{i,t} \end{cases}$$

## 12. Paridad de género en la plantilla

Uno de los grandes retos para lograr una sociedad igualitaria es el de acabar con la discriminación por razón de género. Para calcular esta variable se dividirá el número de mujeres en plantilla entre el número de hombres en plantilla. El resultado se expresará de forma porcentual. Estos datos se extraerán de la declaración a la Seguridad Social.

**Tabla 17: Estructura de la variable: Paridad de género en la plantilla**

<u>Información necesaria:</u>	<ul style="list-style-type: none"> <li>– Número total de mujeres en plantilla.</li> <li>– Número total de trabajadores.</li> </ul>
<u>Fuente de información:</u>	<ul style="list-style-type: none"> <li>– Declaración a la Seguridad Social.</li> </ul>
<u>Fuente de contrastación:</u>	<ul style="list-style-type: none"> <li>– Fuentes sindicales.</li> </ul>

<p><u>Cuantificación:</u></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Diferencia entre el total de la plantilla y el número de mujeres en plantilla para conseguir el número de hombres en plantilla.</li> <li>- División del número de mujeres en plantilla entre el número de hombres en plantilla en términos absolutos.</li> </ul>
<p><u>Valoración:</u></p>	<p>≤10% = A</p> <p>&gt;10%; ≤20% = B</p> <p>&gt;20%; ≤30% = C</p> <p>&gt;30% = D</p>

Fuente: Elaboración propia

La valoración alfabética (VA) de la variable Paridad de Género en la Plantillas ( $S_2^{i,t} = PGP^{i,t}$ ) de una empresa "i" cualquiera, en un año "t" responde a la función de transformación que se detalla a continuación:

$$(14) \quad VAS_2^{i,t} = f[PGP^{i,t}]$$

Y de acuerdo con las consideraciones de la tabla anterior se desprende que:

$$(14.b) \text{ Si } \begin{cases} PGP^{i,t} > 0,3 \rightarrow f[PGP^{i,t}] = D = VAS_2^{i,t} \\ 0,3 \geq PGP^{i,t} > 0,2 \rightarrow f[PGP^{i,t}] = C = VAS_2^{i,t} \\ 0,2 \geq PGP^{i,t} > 0,1 \rightarrow f[PGP^{i,t}] = B = VAS_2^{i,t} \\ 0,1 \geq PGP^{i,t} \rightarrow f[PGP^{i,t}] = A = VAS_2^{i,t} \end{cases}$$

### 13. Contratación de residentes en el área geográfica en puestos de responsabilidad

Gracias a las facilidades crecientes de transportes y comunicaciones muchas empresas han trasladado parte de su actividad fuera de sus países de origen. Estas decisiones muchas veces responden a ahorros fiscales o a facilidades para utilizar mano de obra barata. Para que la empresa establezca una buena relación con el entorno donde está establecida es importante que integre en sus equipos directivos locales, a personas que sean autóctonas del país. Para calcular esta variable se necesitará saber el número de trabajadores con cargos directivos dentro de la empresa y el número de estos directivos que son naturales del país en el cual está situado el centro productivo donde trabajan. El resultado se expresará de forma porcentual. Son datos que se podrán extraer de los documentos de afiliación a la Seguridad Social y que serán contrastables con fuentes sindicales.

**Tabla 18: Estructura de la variable: Contratación de residentes en el área geográfica en puestos directivos**

<u>Información necesaria:</u>	<ul style="list-style-type: none"> <li>– Número de trabajadores con cargos directivos en cada centro de trabajo de la empresa.</li> <li>– Número total de directivos que sean naturales del país en el cual está situado su centro de trabajo.</li> </ul>
<u>Fuente de información:</u>	– Declaración a la Seguridad Social.
<u>Fuente de contrastación:</u>	– Fuentes sindicales.
<u>Cuantificación:</u>	– División del número de directivos que trabajen en el país de donde son naturales entre el número total de directivos.
<u>Valoración:</u>	<p>≥80% = A</p> <p>&lt;80%; ≥60% = B</p>

	$<60\%; \geq 40\% = C$ $<40\% = D$
--	---------------------------------------

Fuente: Elaboración propia

La valoración alfabética (VA) de la variable Contratación de Residentes en el Área Geográfica en Puestos Directivos  $(S_3^{i,t} = CRA^{i,t})$  de una empresa “i” cualquiera, en un año “t” responde a la función de transformación que se detalla a continuación:

$$(15) \quad VAS_3^{i,t} = f[CRA^{i,t}]$$

Y de acuerdo con las consideraciones de la tabla anterior se desprende que:

$$(15.b) \text{ Si } \begin{cases} CRA^{i,t} < 0,4 \rightarrow f[CRA^{i,t}] = D = VAS_3^{i,t} \\ 0,4 \leq CRA^{i,t} < 0,6 \rightarrow f[CRA^{i,t}] = C = VAS_3^{i,t} \\ 0,6 \leq CRA^{i,t} < 0,8 \rightarrow f[CRA^{i,t}] = B = VAS_3^{i,t} \\ 0,8 \leq CRA^{i,t} \rightarrow f[CRA^{i,t}] = A = VAS_3^{i,t} \end{cases}$$

#### 14. Uso de mano de obra infantil

Si bien el trabajo infantil ha sido erradicado de los países desarrollados, se ha considerado oportuno incluir esta variable en el modelo para determinar si la empresa o su cadena de aprovisionamiento cuenta con mano de obra infantil, independientemente que en el país donde se utilice sea o no sea legal. Son datos que el analista tendrá que contrastar con informes de la Organización Internacional del Trabajo (OIT), la UNICEF y otras organizaciones dedicadas a la erradicación del trabajo infantil.

**Tabla 19: Estructura de la variable: Uso de mano de obra infantil**

<u>Información necesaria:</u>	<ul style="list-style-type: none"> <li>– Determinar la existencia de trabajadores menores de 15 años en la propia empresa, empresas subcontratadas o proveedores habituales.</li> <li>– Determinar la existencia de programas dedicados a la erradicación de esta práctica en la cadena de suministro.</li> </ul>
<u>Fuente de información:</u>	<ul style="list-style-type: none"> <li>– A través de la propia empresa.</li> </ul>
<u>Fuente de contrastación:</u>	<ul style="list-style-type: none"> <li>– Informes de la OIT, UNICEF y otras organizaciones dedicadas a la erradicación del trabajo infantil.</li> </ul>
<u>Cuantificación:</u>	<ul style="list-style-type: none"> <li>– Innecesaria.</li> </ul>
<u>Valoración:</u>	<ul style="list-style-type: none"> <li>– No hay contacto con mano de obra menor de 15 años = A</li> <li>– En algún punto de la cadena de suministro se estima que se puede usar mano de obra infantil y se aplican programas para erradicarla = B</li> <li>– En algún punto de la cadena de suministro se estima que se puede usar mano de obra infantil y no se aplican programas adecuados para erradicarla = C</li> <li>– La propia empresa usa mano de obra menor de 15 años = D</li> </ul>

Fuente: Elaboración propia

La valoración alfabética (VA) de la variable Uso de Mano de Obra Infantil

$(S_4^{i,t} = MOI^{i,t})$  de una empresa “i” cualquiera, en un año “t” responde a la función de transformación que se detalla a continuación:

$$(16) \quad VAS_4^{i,t} = f[MOI^{i,t}]$$

### 15. Centros productivos en países sin derechos laborales

La deslocalización de centros productivos es una práctica frecuente que acostumbra a perseguir la reducción de costes de mano de obra. Esta variable pretende penalizar aquellas empresas que sitúen sus centros productivos en países donde no se respetan los derechos laborales. A través de los datos del Modelo 347, de la DUA y del Intrastat se sabrá en que países la empresa desarrolla su actividad productiva. Se tomará como referencia la clasificación que cada año hace la Confederación Sindical Internacional (CSI) expuesta en el Anexo 1. El analista comparará las dos listas y valorará el rating que merezca la empresa en esta variable.

**Tabla 20: Estructura de la variable: Centro productivos en países sin derechos laborales**

<u>Información necesaria:</u>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Lista de países donde la empresa desarrolla su actividad productiva.</li> <li>- Lista de países donde no se respetan los derechos laborales.</li> </ul>
<u>Fuente de información:</u>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Modelo 347.</li> <li>- DUA (Declaración Única Aduanera).</li> <li>- Intrastat.</li> <li>- Confederación Sindical Internacional.</li> </ul>
<u>Fuente de contrastación:</u>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Informes de la Organización Internacional del Trabajo.</li> </ul>
<u>Cuantificación:</u>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Innecesaria.</li> </ul>
<u>Valoración:</u>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Centros productivos en países que respetan los</li> </ul>

	<p>derechos laborales = A</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– Centros productivos en países con carencias leves en derechos laborales = B</li> <li>– Centros productivos en países con carencias en derechos laborales = C</li> <li>– Centros productivos en países con carencias graves en derechos laborales = D</li> </ul>
--	--

Fuente: Elaboración propia

La valoración alfabética (VA) de la variable Centros Productivos en Países Sin Derechos Laborales ( $S_5^{i,t} = DL^{i,t}$ ) de una empresa “i” cualquiera, en un año “t” responde a la función de transformación que se detalla a continuación:

$$(17) \quad VAS_5^{i,t} = f[DL^{i,t}]$$

#### 16. Nivel de reclamaciones de asociaciones de consumidores

Las reclamaciones que los clientes hagan a las asociaciones de consumidores son un buen indicador del respeto que la empresa tiene hacia ellos. Si hay un alto número de consumidores que se sienten estafados después de haber adquirido bienes o servicios prestados por la empresa, quiere decir que esta tiene que esforzarse para cumplir con las expectativas que genera. Esta variable se calculará dividiendo el número de reclamaciones hechas a asociaciones de consumidores entre el volumen de facturación y multiplicando por cien el resultado obtenido. Los datos serán contrastables a través de las principales asociaciones locales de consumidores.

**Tabla 21: Estructura de la variable: Nivel de reclamaciones de asociaciones de consumidores**

<u>Información necesaria:</u>	<ul style="list-style-type: none"> <li>– Número total de reclamaciones hechas por asociaciones de consumidores.</li> <li>– Facturación anual.</li> </ul>
<u>Fuente de información:</u>	<ul style="list-style-type: none"> <li>– A través de la propia empresa.</li> <li>– Impuesto de Sociedades.</li> </ul>
<u>Fuente de contrastación:</u>	<ul style="list-style-type: none"> <li>– Datos de las principales asociaciones de consumidores.</li> </ul>
<u>Cuantificación:</u>	<ul style="list-style-type: none"> <li>– División del total de reclamaciones entre la facturación anual.</li> <li>– Multiplicar su resultado por un millón.</li> </ul>
<u>Valoración:</u>	<p>≤0,5 = A</p> <p>&gt;0,5; ≤1 = B</p> <p>&gt;1; ≤2 = C</p> <p>&gt;2 = D</p>

Fuente: Elaboración propia

La valoración alfabética (VA) de la variable Nivel de Reclamaciones de Asociaciones de Consumidores  $(S_6^{i,t} = ACC^{i,t})$  de una empresa “i” cualquiera, en un año “t” responde a la función de transformación que se detalla a continuación:

$$(18) \quad VAS_6^{i,t} = f[ACC^{i,t}]$$

Y de acuerdo con las consideraciones de la tabla anterior se desprende que:

$$(18.b) \text{ Si } \begin{cases} ACC^{i,t} > 2 \rightarrow f[ACC^{i,t}] = D = VAS_6^{i,t} \\ 2 \geq ACC^{i,t} > 1 \rightarrow f[ACC^{i,t}] = C = VAS_6^{i,t} \\ 1 \geq ACC^{i,t} > 0,5 \rightarrow f[ACC^{i,t}] = B = VAS_6^{i,t} \\ 0,5 \geq ACC^{i,t} \rightarrow f[ACC^{i,t}] = A = VAS_6^{i,t} \end{cases}$$

### 17. Nivel de compras a empresas según su rating de ESG

Será relevante para la relación de la empresa con la sociedad que esta se aprovisione con empresas que sean respetuosas con la ESG. Hasta que no haya un cierto grueso de empresas analizadas esta será una variable que no se podrá calificar y que no deberá ser tenida en cuenta en el rating global. Para calcularla será necesario que se tenga mucho cuidado con la privacidad de datos. Esto implicará no poder facilitar información sobre las empresas que hayan sido analizadas y los ratings que hayan obtenido. Por tanto será el analista quien tendrá que tomar el Modelo 347 y la base de datos del modelo *ESG Audit* para compararlos y obtener el rating de esta variable. Esta base de datos se ofrece en el Anexo 2.

Para calcular la variable se dividirá el nivel de compras a empresas con calificación A por el total de compras y se multiplicará por 1. La misma operación se realizará para las compras a empresas con calificación B, C y D ponderándolas respectivamente por 2, 3 y 4. Posteriormente se sumarán los resultados obtenidos.

**Tabla 22: Estructura de la variable: Nivel de compras a empresas según su rating de ESG**

<u>Información necesaria:</u>	<ul style="list-style-type: none"> <li>– Determinar el volumen de compras a empresas analizadas por <i>ESG Audit</i>.</li> </ul>
<u>Fuente de información:</u>	<ul style="list-style-type: none"> <li>– Modelo 347.</li> <li>– DUA.</li> </ul>

	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Intrastat.</li> <li>- Base de datos de empresas analizadas.</li> </ul>
<u>Fuente de contrastación:</u>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Facturas.</li> </ul>
<u>Cuantificación:</u>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Compras a proveedores con r�ating A entre volumen de compras a proveedores con calificación de ESG, multiplicado por 1.</li> <li>- Compras a proveedores con r�ating B entre volumen de compras a proveedores con calificación de ESG, multiplicado por 2.</li> <li>- Compras a proveedores con r�ating C entre volumen de compras a proveedores con calificación de ESG, multiplicado por 3.</li> <li>- Compras a proveedores con r�ating D entre volumen de compras a proveedores con calificación de ESG, multiplicado por 4.</li> </ul>
<u>Valoración:</u>	<p>0 = Sin r�ating</p> <p>&gt;0; ≤1,5 = A</p> <p>&gt;1,5; ≤2 = B</p> <p>&gt;2; ≤2,5 = C</p> <p>&gt;2,5= D</p>

Fuente: Elaboración propia

La valoración alfabética (VA) de la variable Nivel de Compras a Empresas Según su R ating de ESG  $(S_7^{i,t} = NC^{i,t})$  de una empresa "i" cualquiera, en un año "t" responde a la función de transformación que se detalla a continuación:

$$(19) \quad VAS_7^{i,t} = f[NC^{i,t}]$$

Y de acuerdo con las consideraciones de la tabla anterior se desprende que:

$$(19.b) \text{ Si } \begin{cases} NC^{i,t} > 2,5 \rightarrow f[NC^{i,t}] = D = VAS_7^{i,t} \\ 2,5 \geq NC^{i,t} > 2 \rightarrow f[NC^{i,t}] = C = VAS_7^{i,t} \\ 2 \geq NC^{i,t} > 1,5 \rightarrow f[NC^{i,t}] = B = VAS_7^{i,t} \\ 1,5 \geq NC^{i,t} \rightarrow f[NC^{i,t}] = A = VAS_7^{i,t} \end{cases}$$

### 18. Nivel de ventas a empresas según su r ating de ESG

De la misma forma que es importante que los proveedores sean respetuosos con la ESG también lo es que las empresas clientes lo sean. Así que siguiendo el modelo de la variable 17 se valorará la venta a empresas según su r ating de ESG. El modelo 347 y la base de datos del Anexo 2 ayudar an a valorar esta variable. Igual que en la variable 17, para calcularla se dividirá el nivel de ventas a empresas con calificación A por el total de ventas y se multiplicar a por 1. La misma operación se realizará para ventas a empresas con calificación B, C y D ponderándolas respectivamente por 2, 3 y 4. Posteriormente se sumaran los resultados obtenidos.

**Tabla 23: Estructura de la variable: Nivel de ventas a empresas según su r ating de ESG**

<u>Información necesaria:</u>	<ul style="list-style-type: none"> <li>– Determinar el volumen de ventas a empresas analizadas por <i>ESG Audit</i>.</li> </ul>
<u>Fuente de información:</u>	<ul style="list-style-type: none"> <li>– Modelo 347.</li> <li>– DUA.</li> <li>– Intrastat.</li> <li>– Base de datos de empresas analizadas.</li> </ul>

<u>Fuente de contrastación:</u>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Facturas.</li> </ul>
<u>Cuantificación:</u>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Ventas a clientes con r�ating A entre volumen de ventas a clientes con calificación de ESG, multiplicado por 1.</li> <li>- Ventas a clientes con r�ating B entre volumen de ventas a clientes con calificación de ESG, multiplicado por 2.</li> <li>- Ventas a clientes con r�ating C entre volumen de ventas a clientes con calificación de ESG, multiplicado por 3.</li> <li>- Ventas a clientes con r�ating D entre volumen de ventas a clientes con calificación de ESG, multiplicado por 4.</li> </ul>
<u>Valoración:</u>	<p>0 = Sin r�ating</p> <p>&gt;0; ≤1,5 = A</p> <p>&gt;1,5; ≤2 = B</p> <p>&gt;2; ≤2,5 = C</p> <p>&gt;2,5= D</p>

Fuente: Elaboración propia

La valoración alfabética (VA) de la variable Nivel de Ventas a Empresas Según su R ating de ESG  $(S_8^{i,t} = NV^{i,t})$  de una empresa "i" cualquiera, en un año "t" responde a la función de transformación que se detalla a continuación:

$$(20) \quad VAS_8^{i,t} = f[NV^{i,t}]$$

Y de acuerdo con las consideraciones de la tabla anterior se desprende que:

$$(20.b) \text{ Si } \begin{cases} NV^{i,t} > 2,5 \rightarrow f[NV^{i,t}] = D = VAS_8^{i,t} \\ 2,5 \geq NV^{i,t} > 2 \rightarrow f[NV^{i,t}] = C = VAS_8^{i,t} \\ 2 \geq NV^{i,t} > 1,5 \rightarrow f[NV^{i,t}] = B = VAS_8^{i,t} \\ 1,5 \geq NV^{i,t} \rightarrow f[NV^{i,t}] = A = VAS_8^{i,t} \end{cases}$$

### 19. Apoyo a la investigación médica y a programas de educación

En el pilar *Social* es necesario incluir también alguna referencia a dos de los puntales de las sociedades desarrolladas como son la investigación médica y la educación. Esta es una variable que pretende hacer una pequeña aportación de lo que son dos campos muy amplios.

Para mantener el respeto al principio de simplicidad se determinará la proporción de los activos inmovilizados totales, el volumen de compras a empresas dedicadas a estas finalidades respecto al volumen de compras totales, los activos financieros de empresas dedicadas a estas finalidades entre el total de activos financieros y el volumen de donaciones a proyectos de investigación médica y programas de educación respecto volumen total de donaciones. Los datos se extraerán de la memoria, el balance, la cuenta de pérdida y ganancias, el modelo 347, la DUA y el Intrastat.

**Tabla 24: Estructura de la variable: Apoyo a la investigación médica y a programas de educación**

<u>Información necesaria:</u>	<ul style="list-style-type: none"> <li>– Activos inmovilizados destinados a la investigación médica o a programas de educación.</li> <li>– Compras realizadas a empresas dedicadas a la investigación médica o a la educación.</li> <li>– Activos financieros de empresas dedicadas a la investigación médica o a la educación.</li> </ul>
-------------------------------	--

	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Donaciones para la investigación médica o para programas de educación.</li> <li>- Total activos inmovilizados.</li> <li>- Total compras.</li> <li>- Total activos financieros.</li> <li>- Total donaciones.</li> </ul>
<u>Fuente de información:</u>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Balance.</li> <li>- Cuenta de pérdidas y ganancias.</li> <li>- Memoria.</li> <li>- Modelo 347.</li> <li>- DUA.</li> <li>- Intrastat.</li> </ul>
<u>Fuente de contrastación:</u>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Facturas.</li> </ul>
<u>Cuantificación:</u>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Activos inmovilizados destinados a la investigación médica o a programas de educación dividido entre volumen total de activos inmovilizados.</li> <li>- Compras realizadas a empresas dedicadas a la investigación médica o a la educación dividido entre el volumen total de compras.</li> <li>- Activos financieros de empresas dedicadas a la investigación médica o a la educación dividido entre el volumen total de activos financieros.</li> <li>- Donaciones para la investigación médica o para programas de educación dividido entre el volumen total de donaciones.</li> <li>- Sumatorio de los resultados de las divisiones anteriores.</li> </ul>

<u>Valoración:</u>	$\geq 1,5 = A$ $< 1,5; \geq 1 = B$ $< 1; \geq 0,5 = C$ $< 0,5 = D$
--------------------	---

Fuente: Elaboración propia

La valoración alfabética (VA) de la variable Apoyo a la Investigación Médica y a Programas de Educación ( $S_9^{i,t} = AIM^{i,t}$ ) de una empresa “i” cualquiera, en un año “t” responde a la función de transformación que se detalla a continuación:

$$(21) \quad VAS_9^{i,t} = f[AIM^{i,t}]$$

Y de acuerdo con las consideraciones de la tabla anterior se desprende que:

$$(21.b) \text{ Si } \begin{cases} AIM^{i,t} < 0,5 \rightarrow f[AIM^{i,t}] = D = VAS_9^{i,t} \\ 0,5 \leq AIM^{i,t} < 1 \rightarrow f[AIM^{i,t}] = C = VAS_9^{i,t} \\ 1 \leq AIM^{i,t} < 1,5 \rightarrow f[AIM^{i,t}] = B = VAS_9^{i,t} \\ 1,5 \leq AIM^{i,t} \rightarrow f[AIM^{i,t}] = A = VAS_9^{i,t} \end{cases}$$

## 20. Apoyo a actividades culturales

A menudo son las aportaciones de las empresas las principales promotoras de actividades culturales, sobretodo fuera de Europa, en países con un Estado del Bienestar menos desarrollado. La oferta cultural es una pieza de suma importancia para el correcto desarrollo de una sociedad. Así pues, esta variable contemplará las donaciones hechas a actividades culturales dividiéndolas entre el importe total de donaciones hechas por la empresa. El resultado se expresará de forma porcentual. Los

datos se extraerán de la memoria y de la cuenta de pérdidas y ganancias.

**Tabla 25: Estructura de la variable: Apoyo a actividades culturales**

<u>Información necesaria:</u>	<ul style="list-style-type: none"> <li>– Donaciones para actividades culturales.</li> <li>– Total donaciones.</li> </ul>
<u>Fuente de información:</u>	<ul style="list-style-type: none"> <li>– Memoria.</li> <li>– Cuenta de pérdidas y ganancias.</li> </ul>
<u>Fuente de contrastación:</u>	<ul style="list-style-type: none"> <li>– Comprobantes de las donaciones.</li> <li>– A través de la sociedad receptora.</li> </ul>
<u>Cuantificación:</u>	<ul style="list-style-type: none"> <li>– Donaciones para actividades culturales dividido entre el total de las donaciones.</li> </ul>
<u>Valoración:</u>	<p>≥5% = A</p> <p>&lt;5%; ≥2% = B</p> <p>&lt;2%; ≥0,5% = C</p> <p>&lt;0,5% = D</p>

Fuente: Elaboración propia

La valoración alfabética (VA) de la variable Apoyo a Actividades Culturales  $(S_{10}^{i,t} = AAC^{i,t})$  de una empresa “i” cualquiera, en un año “t” responde a la función de transformación que se detalla a continuación:

$$(22) \quad VAS_{10}^{i,t} = f[AAC^{i,t}]$$

Y de acuerdo con las consideraciones de la tabla anterior se desprende que:

$$(22.b) \text{ Si } \begin{cases} AAC^{i,t} < 0,005 \rightarrow f[AAC^{i,t}] = D = VAS_{10}^{i,t} \\ 0,005 \leq AAC^{i,t} < 0,02 \rightarrow f[AAC^{i,t}] = C = VAS_{10}^{i,t} \\ 0,02 \leq AAC^{i,t} < 0,05 \rightarrow f[AAC^{i,t}] = B = VAS_{10}^{i,t} \\ 0,05 \leq AAC^{i,t} \rightarrow f[AAC^{i,t}] = A = VAS_{10}^{i,t} \end{cases}$$

#### 4.5. Variables del pilar Governance

El tercer pilar es el de *Governance* y se refiere a las decisiones de gobierno corporativo. Incluirá variables que expongan el trato de la empresa con sus trabajadores y el respeto de la empresa hacia el marco legal. Se ha primado la elección de aquellas variables representativas de la cultura corporativa de la empresa.

Con carácter general la valoración alfabética (VA) de cada una de las variables  $(G_j^{i,t})$  que integran la dimensión *Governance* de una empresa "i" cualquiera, en un año "t" responde a la función de transformación que se detalla a continuación:

$$(23) \quad VAG_j^{i,t} = f[G_j^{i,t}] \quad , \text{ con } j=1, 2, 3, \dots, 10$$

Las variables de gobierno corporativo que serán incluidas en el modelo *ESG Audit* se describen en la siguiente tabla:

**Tabla 26: Variables de Gobernanza**

Governance:	21- Nivel de huelgas	$NH^{i,t}$
	22- Diferencia entre los salarios de los trabajadores y el mínimo fijado en convenio	$DST^{i,t}$
	23- Bajas por accidente laboral	$BAL^{i,t}$
	24- Nivel de prestación por maternidad y paternidad	$NPM^{i,t}$
	25- Relación con paraísos fiscales e inversiones offshore	$RPF^{i,t}$
	26- Relación con países que no garantizan los Derechos Humanos	$RDH^{i,t}$
	27- Contenciosos con la Administración Tributaria	$CAT^{i,t}$
	28- Condenas firmes	$CF^{i,t}$
	29- Depuración de responsabilidades en caso de condena	$DRC^{i,t}$
	30- Gestión de la protección de datos	$GPD^{i,t}$

Fuente: Elaboración propia

la empresa podrán ser contrastados a través de fuentes sindicales y de agencias de información. Para calcular la variable se dividirá el número de horas de huelga acumuladas por el conjunto de la plantilla durante el ejercicio entre el número de horas de trabajo acumuladas por el conjunto de la plantilla durante el ejercicio. El resultado se expresará de forma porcentual.

**Tabla 27: Estructura de la variable: Nivel de huelgas**

<u>Información necesaria:</u>	<ul style="list-style-type: none"> <li>– Horas de huelga acumuladas.</li> <li>– Horas de trabajo acumuladas.</li> </ul>
<u>Fuente de información:</u>	<ul style="list-style-type: none"> <li>– Datos de la propia empresa.</li> </ul>
<u>Fuente de contrastación:</u>	<ul style="list-style-type: none"> <li>– A través de los sindicatos.</li> <li>– A través de agencias de información.</li> </ul>
<u>Cuantificación:</u>	<ul style="list-style-type: none"> <li>– Horas de huelga acumuladas divididas entre horas de trabajo acumuladas.</li> <li>– Multiplicar por 100 y expresar porcentualmente.</li> </ul>
<u>Valoración:</u>	<p>≤0,1% = A</p> <p>&gt;0,1%; ≤0,4% = B</p> <p>&gt;0,4%; ≤0,7% = C</p> <p>&gt;0,7% = D</p>

Fuente: Elaboración propia

La valoración alfabética (VA) de la variable Nivel de Huelgas  $(G_1^{i,t} = N H^{i,t})$  de una empresa “i” cualquiera, en un año “t” responde a la función de transformación que se detalla a continuación:

$$(24) \quad VAG_1^{i,t} = f[N H^{i,t}]$$

Y de acuerdo con las consideraciones de la tabla anterior se desprende que:

$$(24.b) \text{ Si } \begin{cases} NH^{i,t} > 0,007 \rightarrow f[NH^{i,t}] = D = VAG_1^{i,t} \\ 0,004 < NH^{i,t} \leq 0,007 \rightarrow f[NH^{i,t}] = C = VAG_1^{i,t} \\ 0,001 \leq NH^{i,t} \leq 0,004 \rightarrow f[NH^{i,t}] = B = VAG_1^{i,t} \\ 0,001 \geq NH^{i,t} \rightarrow f[NH^{i,t}] = A = VAG_1^{i,t} \end{cases}$$

## 22. Diferencia entre los salarios de los trabajadores y el mínimo fijado en convenio para su categoría

Según el convenio laboral de cada categoría de trabajadores la empresa está obligada a pagar un salario mínimo. Esta variable pretende descubrir si la empresa se limita a ofrecer a los trabajadores aquello que la ley exige o si sus remuneraciones sobrepasan este suelo. El cálculo se realizará a través de una tabla que contabilizará las diferencias entre el salario medio de cada trabajador según su categoría laboral y el salario mínimo fijado por el convenio de cada categoría. Se sumarán las diferencias ponderándolas por el número de trabajadores de cada categoría. El resultado se dividirá entre el número total de trabajadores. Posteriormente se dividirá el resultante por el sueldo mínimo que por convenio corresponde al conjunto de la plantilla. El resultado final se expresará de forma porcentual.

**Tabla 28: Estructura de la variable: Diferencia entre los salarios de los trabajadores y los mínimos fijados en convenio para su categoría**

<u>Información necesaria:</u>	<ul style="list-style-type: none"> <li>– Salario medio por cada categoría de puesto de trabajo.</li> <li>– Número de trabajadores en cada categoría.</li> <li>– Salario mínimo fijado por convenio para cada categoría.</li> </ul>
<u>Fuente de información:</u>	<ul style="list-style-type: none"> <li>– Declaraciones de retenciones a la Seguridad Social.</li> <li>– Convenios laborales.</li> </ul>

<u>Fuente de contrastación:</u>	<ul style="list-style-type: none"> <li>– Fuentes sindicales.</li> </ul>
<u>Cuantificación:</u>	<ul style="list-style-type: none"> <li>– Diferencia expresada porcentualmente del salario de cada categoría respecto al mínimo de su convenio.</li> <li>– Ponderación de las diferencias por el número de trabajadores de cada categoría.</li> <li>– Media de las diferencias ponderadas.</li> </ul>
<u>Valoración:</u>	<p>≥12% = A</p> <p>&lt;12%; ≥8% = B</p> <p>&lt;8%; ≥4% = C</p> <p>&lt;4%= D</p>

Fuente: Elaboración propia

La valoración alfabética (VA) de la variable Diferencia entre los Salarios de los Trabajadores y el Mínimo Fijado en Convenio  $(G_2^{i,t} = DST^{i,t})$  de una empresa “i” cualquiera, en un año “t” responde a la función de transformación que se detalla a continuación:

$$(25) \quad VAG_2^{i,t} = f[DST^{i,t}]$$

Y de acuerdo con las consideraciones de la tabla anterior se desprende que:

$$(25.b) \text{ Si } \begin{cases} DST < 0,04 \rightarrow f[DST^{i,t}] = D = VAG_2^{i,t} \\ 0,04 \leq DST^{i,t} < 0,08 \rightarrow f[DST^{i,t}] = C = VAG_2^{i,t} \\ 0,08 \leq DST^{i,t} < 0,12 \rightarrow f[DST^{i,t}] = B = VAG_2^{i,t} \\ 0,12 \leq DST^{i,t} \rightarrow f[DST^{i,t}] = A = VAG_2^{i,t} \end{cases}$$

### 23. Bajas por accidente laboral

La minimización de los riesgos laborales es un tema de gran importancia. Se ha considerado necesario incluir esta variable porque penaliza las horas de baja laboral que han tenido que tomar los trabajadores y que representa un suspenso directo si alguno de ellos ha muerto en accidente laboral.

Para calcularla se dividirá el número de días por baja laboral acumulados entre el producto de 365 días del año por el número de trabajadores en plantilla. El resultado se expresará de forma porcentual. Los datos se extraerán de los informes de siniestralidad laboral presentados ante la administración y se podrán contrastar con fuentes sindicales.

**Tabla 29: Estructura de la variable: Bajas por accidente laboral**

<u>Información necesaria:</u>	<ul style="list-style-type: none"> <li>– Horas de baja por accidente laboral.</li> <li>– Horas de trabajo acumuladas.</li> <li>– Número de muertos en accidente laboral.</li> </ul>
<u>Fuente de información:</u>	– A través de los informes presentados a la administración.
<u>Fuente de contrastación:</u>	– Fuentes sindicales.
<u>Cuantificación:</u>	<ul style="list-style-type: none"> <li>– División del número de horas de baja laboral por accidente laboral acumulados por la plantilla entre el número de horas trabajadas por la plantilla.</li> <li>– Multiplicar por 1.000.</li> </ul>
<u>Valoración:</u>	$\leq 0,5 = A$ $>0,5; \leq 2 = B$ $>2; \leq 4 = C$

	<p>&gt;4 = D.</p> <p>Una sola muerte por accidente laboral implica una valoración D.</p>
--	--

Fuente: Elaboración propia

La valoración alfabética (VA) de la variable Bajas por Accidente Laboral ( $G_3^{i,t} = BAL^{i,t}$ ) de una empresa "i" cualquiera, en un año "t" responde a la función de transformación que se detalla a continuación:

$$(26) \quad VAG_3^{i,t} = f[BAL^{i,t}]$$

Y de acuerdo con las consideraciones de la tabla anterior se desprende que:

$$(26.b) \text{ Si } \begin{cases} BAL \leq 0,5 \rightarrow f[BAL^{i,t}] = A = VAG_3^{i,t} \\ 0,5 < BAL^{i,t} \leq 2 \rightarrow f[BAL^{i,t}] = B = VAG_3^{i,t} \\ 2 < BAL^{i,t} \leq 4 \rightarrow f[BAL^{i,t}] = C = VAG_3^{i,t} \\ 4 < BAL^{i,t} \rightarrow f[BAL^{i,t}] = D = VAG_3^{i,t} \end{cases}$$

#### 24. Nivel de prestación por maternidad y paternidad

Actualmente en los países desarrollados todos los agentes económicos están de acuerdo en que es necesario mejorar el trato a aquellas trabajadoras que hayan sido madres y a sus parejas. Se trata de un tema vital para frenar la caída de la tasa de natalidad. Las mejoras en las prestaciones por maternidad pueden tomar tantas formas que pretender crear una fórmula que las agrupara chocaría frontalmente con el principio de simplicidad. Así que la empresa tendrá que determinar el tratamiento que se da a sus trabajadores cuando tienen un hijo, información que se contrastará con los

sindicatos. A partir de aquí, el analista tendrá que valorar en cual de las cuatro grandes categorías anunciadas en la tabla 30 sitúa el trato de la empresa hacia la maternidad y la paternidad.

**Tabla 30: Estructura de la variable: Nivel de prestación por maternidad y paternidad**

<u>Información necesaria:</u>	– Determinar el tratamiento que se da a los trabajadores en caso de maternidad y paternidad.
<u>Fuente de información:</u>	– A través de la propia empresa.
<u>Fuente de contrastación:</u>	– Fuentes sindicales.
<u>Cuantificación:</u>	– Innecesaria.
<u>Valoración:</u>	<ul style="list-style-type: none"> <li>– Se tiene un trato especialmente favorable tanto por lo que se refiere a la maternidad como a la paternidad = A</li> <li>– Se conceden beneficios por encima de los legalmente exigidos = B</li> <li>– Se cumple, sin ir más allá, lo que manda la ley = C</li> <li>– No se cumplen los mínimos legales = D</li> </ul>

Fuente: Elaboración propia

La valoración alfabética (VA) de la variable Nivel de Prestación por Maternidad y Paternidad  $(G_4^{i,t} = NPM^{i,t})$  de una empresa “i” cualquiera, en un año “t” responde a la función de transformación que se detalla a continuación:

$$(27) \quad VAG_4^{i,t} = f[NPM^{i,t}]$$

## 25. Relación con paraísos fiscales e inversiones offshore

La evasión de impuestos y el blanqueo de capitales son dos temas estrechamente vinculados a la existencia de paraísos fiscales y otros países con opacidad financiera que son conocidos como *offshore*. El Ministerio de Hacienda español presenta cada año una lista de países considerados paraísos fiscales o países *offshore*. Esta se presenta en el Anexo 3. A la empresa se le pedirá la lista de activos inmovilizados clasificados por país en el que están situados y lo mismo se le pedirá para las compras en el extranjero, los activos financieros de empresas extranjeras y las donaciones en el extranjero. El analista comparará cuales de estos ítemes están situados en los países señalados por el Ministerio de Hacienda como paraísos fiscales o *offshore*.

Para calcular la variable se dividirán los activos inmovilizados situados en paraísos fiscales o *offshore* entre el total de activos inmovilizados situados en el extranjero; las compras totales en paraísos fiscales o *offshore* entre las compras totales al extranjero; los activos financieros de sociedades con sede en paraísos fiscales o *offshore* entre el total de activos financieros de empresas con sede en el extranjero; y el total de donaciones a paraísos fiscales o *offshore* entre el total de donaciones al extranjero. Los resultados se sumarán y se expresará el resultante del sumatorio de forma porcentual.

**Tabla 31: Estructura de la variable: Relación con paraísos fiscales e inversiones offshore**

<p><u>Información necesaria:</u></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>– Activos inmovilizados situados en el extranjero.</li> <li>– Activos inmovilizados situados en paraísos fiscales o offshore.</li> <li>– Total de compras al extranjero.</li> <li>– Compras a paraísos fiscales o offshore.</li> <li>– Activos financieros de empresas con sede en el</li> </ul>
--------------------------------------	---

	<p>extranjero.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Activos financieros de empresas con sede en paraísos fiscales o offshore.</li> <li>- Donaciones al extranjero.</li> <li>- Donaciones a paraísos fiscales o offshore.</li> <li>- Lista de paraísos fiscales e inversiones offshore actualizada publicada anualmente por el Ministerio de Hacienda español.</li> </ul>
<u>Fuente de información:</u>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Balance</li> <li>- Cuenta de pérdidas y ganancias.</li> <li>- Memoria</li> <li>- Modelo 720</li> <li>- DUA</li> </ul>
<u>Fuente de contrastación:</u>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Agencias de información.</li> </ul>
<u>Cuantificación:</u>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Activos inmovilizados en paraísos fiscales o offshore dividido entre el volumen total de activos inmovilizados.</li> <li>- Compras a paraísos fiscales o offshore dividido entre el volumen total de compras al extranjero.</li> <li>- Activos financieros de empresas con sede en paraísos fiscales o offshore dividido entre el volumen total de activos financieros de empresas con sede en el extranjero.</li> <li>- Donaciones a paraísos fiscales o offshore dividido entre el volumen total de donaciones al extranjero.</li> <li>- Sumatorio de los resultados de las divisiones anteriores.</li> </ul>

<u>Valoración:</u>	$\leq 1\% = A$ $> 1\%; \leq 5\% = B$ $> 5\%; \leq 10\% = C$ $> 10\% = D$ Si la sede de la empresa está situada en un paraíso fiscal o un país offshore la calificación será automáticamente D.
--------------------	--

Fuente: Elaboración propia

La valoración alfabética (VA) de la variable Relación con Paraísos Fiscales e Inversiones Offshore  $(G_5^{i,t} = RPF^{i,t})$  de una empresa “i” cualquiera, en un año “t” responde a la función de transformación que se detalla a continuación:

$$(28) \quad VAG_5^{i,t} = f[RPF^{i,t}]$$

Y de acuerdo con las consideraciones de la tabla anterior se desprende que:

$$(28.b) \text{ Si } \begin{cases} RPF > 0,1 \rightarrow f[RPF^{i,t}] = D = VAG_5^{i,t} \\ 0,1 \geq RPF^{i,t} > 0,05 \rightarrow f[RPF^{i,t}] = C = VAG_5^{i,t} \\ 0,05 \geq RPF^{i,t} > 0,01 \rightarrow f[RPF^{i,t}] = B = VAG_5^{i,t} \\ 0,01 \geq RPF^{i,t} \rightarrow f[RPF^{i,t}] = A = VAG_5^{i,t} \end{cases}$$

## 26. Relación con países que no garantizan los Derechos Humanos

Para saber si una empresa es respetuosa con su entorno es necesario asegurarse que no obtiene provecho de países que por uno u otro motivo presentan carencias en el cumplimiento de estos derechos mundialmente aceptados. En esta variable se pedirá a la empresa una lista de los países con quienes realice transacciones comerciales y

financieras y el valor en euros de estas. Posteriormente el analista comparará esta lista con la lista que anualmente presenta la *Freedom House*, expuesta en el Anexo 4.

El cálculo de la variable valorará la relación con estos países en términos de presencia de activos inmovilizados, las compras y ventas, la posesión de activos financieros y donaciones. Así se persigue cumplir con el criterio de representatividad dando una visión amplia de diferentes formas de aprovecharse de estos países desfavorecidos.

Merece la pena hacer notar que esta no es una variable de corte moral, sino de disminución de riesgos. Mantener inversiones en países donde no se respetan los Derechos Humanos puede resultar muy rentable, pero la arbitrariedad de sus gobiernos (o la falta de ellos) se puede girar en cualquier momento en contra de los intereses de la empresa causándole graves perjuicios. Desde el punto de vista de la ESG es más importante esta seguridad a medio y largo plazo que no el lucro a corto plazo derivado del incumplimiento de los Derechos Humanos.

Para calcular la variable se dividirán los activos inmovilizados situados en países que no respetan los DDHH entre el total de activos inmovilizados situados en el extranjero; las compras totales en países que no respetan los DDHH entre las compras totales al extranjero; las ventas totales en países que no respetan los DDHH entre las ventas totales al extranjero; los activos financieros de sociedades con sede en países que no respetan los DDHH entre el total de activos financieros de empresas con sede en países que no respetan los DDHH; y el total de donaciones a países que no respetan los DDHH entre el total de donaciones al extranjero. Los resultados se sumarán y se expresará el resultante del sumatorio de forma porcentual.

**Tabla 32: Estructura de la variable: Relación con países que no respetan los Derechos Humanos**

<p><u>Información necesaria:</u></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Activos inmovilizados en el extranjero.</li> <li>- Activos inmovilizados en países que no respetan los DDHH.</li> <li>- Compras en el extranjero.</li> <li>- Compras en países que no respetan los DDHH.</li> <li>- Activos financieros extranjeros.</li> <li>- Activos financieros en países que no respetan los DDHH.</li> <li>- Donaciones en el extranjero.</li> <li>- Donaciones en países que no respetan los DDHH.</li> <li>- País donde la empresa tiene la sede.</li> </ul>
<p><u>Fuente de información:</u></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Balance.</li> <li>- Cuenta de pérdidas y ganancias.</li> <li>- Memoria.</li> <li>- Modelo 720.</li> <li>- DUA.</li> <li>- Modelo 347.</li> <li>- Intrastat.</li> </ul>
<p><u>Fuente de contrastación:</u></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Agencias de información.</li> <li>- ONGs.</li> </ul>
<p><u>Cuantificación:</u></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Activos inmovilizados en países que no respetan los DDHH dividido entre el volumen total de activos inmovilizados.</li> <li>- Compras a países que no respetan los DDHH dividido entre el volumen total de compras en el extranjero.</li> </ul>

	<ul style="list-style-type: none"> <li>– Ventas a países que no respetan los DDHH dividido entre el volumen total de ventas en el extranjero.</li> <li>– Activos financieros de empresas con sede en países que no respetan los DDHH dividido entre el volumen total de activos financieros de empresas con sede en el extranjero.</li> <li>– Donaciones a países que no respetan los DDHH dividido entre el volumen total de donaciones en el extranjero.</li> <li>– Sumatorio de los resultados de las divisiones anteriores.</li> </ul>
<p><u>Valoración:</u></p>	<p>0% = A</p> <p>&gt;0%; ≤5% = B</p> <p>&gt;5%; ≤10% = C</p> <p>&gt;10% = D</p>

Fuente: Elaboración propia

La valoración alfabética (VA) de la variable Relación con Países que No Respetan los Derechos Humanos  $(G_6^{i,t} = RDH^{i,t})$  de una empresa “i” cualquiera, en un año “t” responde a la función de transformación que se detalla a continuación:

$$(29) \quad VAG_6^{i,t} = f[RDH^{i,t}]$$

Y de acuerdo con las consideraciones de la tabla anterior se desprende que:

$$(29.b) \text{ Si } \begin{cases} RDH > 0,1 \rightarrow f[RDH^{i,t}] = D = VAG_6^{i,t} \\ 0,1 \geq RDH^{i,t} > 0,05 \rightarrow f[RDH^{i,t}] = C = VAG_6^{i,t} \\ 0,05 \geq RDH^{i,t} > 0 \rightarrow f[RDH^{i,t}] = B = VAG_6^{i,t} \\ 0 = RDH^{i,t} \rightarrow f[RDH^{i,t}] = A = VAG_6^{i,t} \end{cases}$$

## 27. Contenciosos con la Administración Tributaria

La evasión de impuestos es un asunto que crea un grave perjuicio a la sociedad y contra el cual los gobiernos de todo el mundo están empezando a unificar fuerzas. Esta variable calculará que porcentaje de la facturación anual es el que la Administración Tributaria reclama a la empresa. La información se extraerá de los certificados emitidos por la Agencia Tributaria y por la Seguridad Social conforme la empresa está al corriente de pagos. En caso que no esté al corriente de pagos será necesario buscar en las publicaciones de la Agencia Tributaria y de las salas judiciales los importes reclamados. Para calcular la variable se dividirá el importe reclamado por la Agencia Tributaria entre el volumen total de ventas del último ejercicio y se expresará el resultado porcentualmente.

**Tabla 33: Estructura de la variable: Contenciosos con la Administración Tributaria**

<u>Información necesaria:</u>	<ul style="list-style-type: none"> <li>– Importe total reclamado por la Agencia Tributaria.</li> <li>– Volumen de ventas.</li> </ul>
<u>Fuente de información:</u>	<ul style="list-style-type: none"> <li>– Certificado conforme la empresa está al corriente de pagos con la Agencia Tributaria y con la Seguridad Social.</li> <li>– Impuesto de Sociedades.</li> </ul>
<u>Fuente de contrastación:</u>	<ul style="list-style-type: none"> <li>– Documentos publicados por las salas judiciales.</li> </ul>
<u>Cuantificación:</u>	<ul style="list-style-type: none"> <li>– División del importe total reclamado entre el volumen de ventas anual.</li> </ul>

<u>Valoración:</u>	<p>0% = A</p> <p>&gt;0%; ≤10% = B</p> <p>&gt;10%; ≤20% = C</p> <p>&gt;20% = D</p>
--------------------	---

Fuente: Elaboración propia

La valoración alfabética (VA) de la variable Contenciosos con la Administración Tributaria ( $G_7^{i,t} = CAT^{i,t}$ ) de una empresa "i" cualquiera, en un año "t" responde a la función de transformación que se detalla a continuación:

$$(30) \quad VAG_7^{i,t} = f[CAT^{i,t}]$$

Y de acuerdo con las consideraciones de la tabla anterior se desprende que:

$$(30.b) \text{ Si } \begin{cases} CAT > 0,2 \rightarrow f[CAT^{i,t}] = D = VAG_7^{i,t} \\ 0,2 \geq CAT^{i,t} > 0,1 \rightarrow f[CAT^{i,t}] = C = VAG_7^{i,t} \\ 0,1 \geq CAT^{i,t} > 0 \rightarrow f[CAT^{i,t}] = B = VAG_7^{i,t} \\ 0 \geq CAT^{i,t} \rightarrow f[CAT^{i,t}] = A = VAG_7^{i,t} \end{cases}$$

## 28. Condenas firmes

Un punto básico para comprobar si la empresa mantiene una buena relación con el entorno es analizar su cumplimiento de las leyes. Esta variable podría incluir mucha información, pero todos los cálculos que se requieren para procesarla entrarían en contradicción con el criterio de simplicidad. Así pues, se ha optado por resumir el respeto a las leyes a partir de las condenas firmes contra la empresa y en función de la naturaleza de estas.

**Tabla 34: Estructura de la variable: Condenas firmes.**

<u>Información necesaria:</u>	<ul style="list-style-type: none"> <li>– Determinar si en los últimos tres años la empresa ha sido condenada por la justicia.</li> </ul>
<u>Fuente de información:</u>	<ul style="list-style-type: none"> <li>– A través de la propia empresa.</li> </ul>
<u>Fuente de contrastación:</u>	<ul style="list-style-type: none"> <li>– Publicaciones de la administración de justicia.</li> <li>– Agencias de información.</li> </ul>
<u>Cuantificación:</u>	<ul style="list-style-type: none"> <li>– Innecesaria.</li> </ul>
<u>Valoración:</u>	<ul style="list-style-type: none"> <li>– La empresa no ha sufrido ninguna condena en los últimos 3 años = A</li> <li>– La empresa ha sido declarada culpable de delitos menores con una multa de menos del 50% de sus recursos propios en los últimos 3 años = B</li> <li>– La empresa ha sido declarada culpable de delitos menores con una multa de más del 50% de sus recursos propios en los últimos 3 años = C</li> <li>– La empresa ha sido declarada culpable de delitos penales, de corrupción o de evasión de impuestos en los últimos 3 años = D</li> </ul>

Fuente: Elaboración propia

La valoración alfabética (VA) de la variable Condenas Firmes  $(G_8^{i,t} = CF^{i,t})$  de una empresa “i” cualquiera, en un año “t” responde a la función de transformación que se detalla a continuación:

$$(31) \quad VAG_8^{i,t} = f[CF^{i,t}]$$

## 29. Depuración de responsabilidades en caso de condena

Esta variable permite analizar que medidas toma la empresa respecto aquellos gestores que la han llevado a incumplir la ley. La responsabilidad de las empresa en casos de violaciones legales ha de ir más allá del cumplimiento de la sanción impuesta. Es necesario que garantice que la conducta sancionada no se repetirá y que desincentive entre sus directivos tales comportamientos.

**Tabla 35: Estructura de la variable: Depuración de responsabilidades en caso de condena**

<u>Información necesaria:</u>	<ul style="list-style-type: none"> <li>– Determinar la depuración de responsabilidades en caso de condena.</li> </ul>
<u>Fuente de información:</u>	<ul style="list-style-type: none"> <li>– Protocolo de actuación en caso de corrupción elaborado por la propia empresa.</li> </ul>
<u>Fuente de contrastación:</u>	<ul style="list-style-type: none"> <li>– Publicaciones de la administración de justicia.</li> <li>– Agencias de información.</li> <li>– Fuentes sindicales.</li> </ul>
<u>Cuantificación:</u>	<ul style="list-style-type: none"> <li>– Innecesaria.</li> </ul>
<u>Valoración:</u>	<ul style="list-style-type: none"> <li>– En caso que la empresa no haya sufrido ninguna condena en los últimos 3 años tendrá automáticamente calificación A.</li> <li>– En los últimos 3 años toda condena ha conllevado un proceso de depuración de responsabilidades que ha culminado con el despido de altos cargos = A</li> <li>– En los últimos 3 años toda condena ha conllevado un proceso de depuración de responsabilidades que ha culminado con el despido de cargos</li> </ul>

	<p>intermedios = B</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- En los últimos 3 años toda condena ha conllevado un proceso de depuración de responsabilidades que ha culminado con multas o degradaciones de directivos = C</li> <li>- En los últimos 3 años todas o algunas condenas no han conllevado ningún proceso de depuración de responsabilidades que haya afectado a cargos directivos o intermedios = D</li> </ul>
--	---

Fuente: Elaboración propia

La valoración alfabética (VA) de la variable Depuración de Responsabilidades en Caso de Condena  $(G_9^{i,t} = DRC^{i,t})$  de una empresa “i” cualquiera, en un año “t” responde a la función de transformación que se detalla a continuación:

$$(32) \quad VAG_9^{i,t} = f[DRC^{i,t}]$$

### 30. Gestión de la protección de datos

Los actuales cambios tecnológicos están convirtiendo las bases de datos en bienes extremadamente preciados. La protección de los datos de los clientes se ha convertido en un tema sensible. Esta última variable analizará que seguridad se ofrece al cliente por lo que se refiere a la protección de sus datos personales. Para que la información sea fiable el analista tendrá que valorar, de acuerdo con la tabla 36, los principales contratos ofrecidos a los clientes y contrastar con las principales asociaciones de consumidores si hay quejas por su incumplimiento.

**Tabla 36: Estructura de la variable: Gestión de la protección de datos**

<u>Información necesaria:</u>	<ul style="list-style-type: none"> <li>– Determinar que trato se da a los datos privados de los clientes.</li> </ul>
<u>Fuente de información:</u>	<ul style="list-style-type: none"> <li>– A partir de los contratos de compra de los principales productos de la empresa.</li> </ul>
<u>Fuente de contrastación:</u>	<ul style="list-style-type: none"> <li>– A través de asociaciones de consumidores.</li> </ul>
<u>Cuantificación:</u>	<ul style="list-style-type: none"> <li>– Innecesaria.</li> </ul>
<u>Valoración:</u>	<ul style="list-style-type: none"> <li>– Los datos personales quedan almacenados para el uso exclusivo de la misma empresa y protegidos de acuerdo con la legislación vigente = A</li> <li>– La empresa almacena datos que exceden sus necesidades de gestión de clientes aunque estos son protegidos de acuerdo con la legislación vigente = B</li> <li>– La empresa almacena los datos reservándose el derecho de poderlos ceder a terceros sin el consentimiento del titular = C</li> <li>– La empresa vulnera la ley de protección de datos, solicita información de carácter estrictamente privado como datos sobre religión, orientación sexual o raza, o ha sido condenada en los últimos 5 años por incumplir sus cláusulas de protección de datos = D</li> </ul>

Fuente: Elaboración propia

La valoración alfabética (VA) de la variable Gestión de la Protección de Datos

$(G_{10}^{i,t} = GPD^{i,t})$  de una empresa “i” cualquiera, en un año “t” responde a la función de

transformación que se detalla a continuación:

$$(33) \quad VAG_{10}^{i,t} = f[GPD^{i,t}]$$

#### 4.6. Metodología

Una vez se haya conseguido definir los distintos ratings individuales para cada variable se obtiene una información de gran utilidad. Los ratings individuales permitirán conocer de forma rápida y sencilla cual es el tipo de relación que tiene la empresa con su entorno. Se pueden observar los puntos fuertes y débiles.

Se pueden agrupar en distintos ratings parciales para obtener información concreta sobre temas determinados. También permiten comparar los ratings con otras empresas del sector. Y por último, puede ser útil a medio plazo para analizar el desarrollo y las mejoras que durante el tiempo la empresa pueda estar aplicando para su relación con el entorno.

Para hacer todavía más sencilla y comparable la información obtenida en el modelo *ESG Audit*, el último paso será ofrecer un rating global de la empresa. Este podrá ser A, B, C o D, donde A será la mejor puntuación y D la peor. Ofrecer cuatro posibles calificaciones pretende poner de relieve, como ya se ha expuesto durante los capítulos anteriores, que la ESG no puede tener una valoración dicotómica. Aprobar o suspender una empresa en términos de ESG da muy poca información sobre el funcionamiento de ésta. En cambio, si en lugar de aprobar o suspender se ofrece un escalado, cada persona, empresa o institución que quiera usar la información resultante del modelo *ESG Audit* podrá decidir cual es su requisito mínimo de ESG.

Uno de los puntos donde se pidió asesoramiento a los expertos que participaron en el desarrollo del modelo *ESG Audit* fue en la elaboración de la fórmula que permite calcular el rating global. Se les planteó el inconveniente de dar a cada variable el mismo peso independientemente del sector en el cual trabajara la empresa analizada. El peso que cada una de las variables pueda tener para un negocio, por ejemplo de banca, es muy distinto del que puedan tener para un negocio de transporte de mercancías por carretera.

Los bancos lograrán una alta puntuación en los aspectos medioambientales sin hacer ningún tipo de esfuerzo. Para ellos la generación de residuos es prácticamente nula y la mayor parte se limita a papel fácilmente reciclable. No causan daños a los ecosistemas, no contaminan el medio-ambiente, tienen consumos de agua y energía irrisorios en relación a su volumen de negocio y apenas requieren combustibles fósiles.

Por lo que se refiere a las variables sociales, se observa que también tendrán bastante facilidad para lograr buenos ratings. No les será difícil conseguir buenos niveles de paridad de género en la plantilla de trabajadores. En su actividad no hay ninguna necesidad de explotación de mano de obra infantil o de explotación de centros productivos en países con legislaciones laborales laxas. Y ya es habitual que este sector haga donaciones para la investigación médica, programas para la educación y actividades culturales.

En el pilar de gobierno corporativo, no se trata de un sector que destaque por sus huelgas, tampoco es habitual que hayan accidentes laborales, las prestaciones por maternidad y los salarios acostumbran a estar por sobre de la media del mercado laboral y es un sector bastante celoso con la protección de los datos de sus clientes. Pero será en algunos puntos de este apartado donde los bancos tendrán mayores

dificultades para obtener buenas puntuaciones. Será el caso de las inversiones en paraísos fiscales o *offshore*, las condenas por corrupción, los contenciosos con la Administración Tributaria por fraude fiscal y la depuración de responsabilidades en caso de condenas.

En cambio, si se toma como ejemplo una empresa dedicada al transporte de mercancías por carretera, lo más probable es que a nivel ambiental obtenga malas puntuaciones por mucho esfuerzo y buena voluntad que demuestre. Sus emisiones de gases serán notables y generarán residuos como aceites y lubricantes a parte de los neumáticos y otros repuestos que puedan necesitar los vehículos. No causarán graves perjuicios a los ecosistemas más allá de la contaminación ambiental siempre que gestionen correctamente sus residuos. Pero si que se trata de un sector que presenta riesgo de crear catástrofes ambientales de impacto local, sobretodo si transportan cargas peligrosas. El consumo de agua y energía será bajo. También será bajo el consumo de energías renovables mientras que la dependencia de combustibles fósiles será muy elevada.

En relación a las variables sociales se observará que en algunas obtendrá, con extrema facilidad, buenas puntuaciones mientras que en otras tendrá serias dificultades para lograrlas. Se trata de un sector donde las plantillas están formadas principalmente por hombres, motivo por el cual la paridad de género se verá afectada negativamente. Tendrá la ventaja de que sea difícil que una empresa de transporte por carretera se vea afectada por el trabajo infantil o por la explotación de mano de obra en países con legislaciones laborales laxas. Pero por otro lado, las aportaciones a la educación, la investigación médica y las actividades culturales tampoco son demasiado normales en este sector.

Referente al gobierno corporativo, las empresas de transporte por carretera tendrán también algunas complicaciones. No es extraño observar huelgas en este sector, los accidentes laborales son comunes y tratándose de conductores fácilmente pueden terminar con la muerte del trabajador. Pero por otro lado, no será común que mantengan relación con paraísos fiscales y que se vean implicados en casos de corrupción o de fraude a la Administración Tributaria.

Así pues, se observa que muchas variables toman una relevancia radicalmente diferente según el sector que se esté tratando. Para resolver esta cuestión se planteó la posibilidad de asignar una ponderación determinada a cada variable según el sector económico de la empresa analizada. El Instituto Nacional de Estadística (INE) elabora la Clasificación Nacional de Actividades Económicas (CNAE)<sup>22</sup>. La CNAE sería una herramienta que facilitaría esta tarea, ya que al darse de alta a cada empresa se le asigna un código. A partir de aquí solamente sería necesario que el sistema informático de *ESG Audit* obtuviera el rating global a partir de automatizar los cálculos prorrateados de las variables.

Pero existen cerca de 940 códigos en la CNAE. Para ponderar cada variable para cada uno de los códigos de la CNAE se plantea la necesidad de obtener cerca de 28.200 ponderaciones. Para reducir el número de ponderaciones a diseñar y justificar, se podría trabajar sobre los 99 grupos de actividades económicas que prevé la CNAE. Esto reduciría el número de ponderaciones a casi 3.000.

Pero el objetivo que se persigue quedaría absolutamente desvirtuado ya que en cada grupo se pueden encontrar actividades económicas en que las variables del modelo tendrían pesos bien diferenciados. Tómese como ejemplo la agrupación número 35, “Suministro de energía eléctrica, gas, vapor y aire acondicionado”. Este grupo incluye

---

<sup>22</sup> [www.ine.es](http://www.ine.es) (Mayo, 2016)

las siguientes clasificaciones de actividad empresarial:

**Tabla 37: Categorías de la agrupación número 35 del CNAE**

1.	Suministro de energía eléctrica, gas, vapor y aire acondicionado
2.	Producción, transporte y distribución de energía eléctrica
3.	Transporte de energía eléctrica
4.	Distribución de energía eléctrica
5.	Transporte de energía eléctrica
6.	Transporte de energía eléctrica
7.	Producción de energía eléctrica de origen térmico convencional
8.	Producción de energía eléctrica de origen nuclear
9.	Producción de energía eléctrica de origen eólico
10.	Producción de energía eléctrica de otros tipos
11.	Producción de gas; distribución por tubería de combustibles gaseosos
12.	Producción de gas
13.	Distribución por tubería de combustibles gaseosos
14.	Comercio de gas por tubería
15.	Suministro de vapor y aire acondicionado

Fuente: [www.ine.es](http://www.ine.es) (Mayo, 2016)

Entre la producción de gas natural y la distribución de éste hay enormes diferencias en términos de implicación de ESG. Igual que en la producción de energía eléctrica de origen eólico y la de origen nuclear. Así pues, hacer esta reducción del número de actividades económicas a contemplar facilitaría la elaboración de las ponderaciones pero desvirtuaría por completo su finalidad.

Pero el problema principal de la aplicación de estas ponderaciones no es el ingente

---

volumen de trabajo que comportan, cosa que con tiempo y recursos se podría resolver sin más inconveniente, sinó la subjetividad inherente a tales ponderaciones. Para diseñar estas ponderaciones se requerirá el asesoramiento de distintos expertos en campos extremadamente diferentes.

Así que el diseñador y sus asesores estarían evocando una cierta dosis de subjetividad en cada una de las ponderaciones. La suma de 28.200 ponderaciones con una carga subjetiva en cada una de ella anularía la pretensión de objetividad que en todo momento se ha exigido para *ESG Audit*. En consecuencia, se ha decidido descartar esta ponderación por clases de actividades económicas.

Ésta cuestión también suscita la pregunta de si es necesario que todas las empresas y sectores tengan las mismas posibilidades de alcanzar buenos niveles de ESG. A la hora de valorar los esfuerzos que hace una empresa para obtener una relación positiva con su entorno sería justo que se tuvieran en consideración las facilidades y dificultades particulares de cada cual de ellas.

Así, si la empresa de transporte de mercancías por carretera moderniza los motores de su flota de camiones y consigue, por ejemplo, reducir un 10% el consumo de combustibles y un 30% el volumen de emisiones de gases contaminantes, obtendría una puntuación mejor que la entidad bancaria que no mostrara ninguna mejora respecto la media de su sector. Y es que, aunque la entidad bancaria podría ser la más contaminante de su sector, será mucho más limpia de lo que nunca podrá llegar a ser la empresa de transporte.

Pero *ESG Audit* no es un modelo que persiga cuantificar los esfuerzos de las empresas para tener mejores relaciones con el entorno. Esta metodología de análisis y valoración

de la ESG pretende ser una herramienta para poder internalizar las externalidades negativas y positivas que genera una empresa en el ejercicio de su actividad. El caso de Puma expuesto en el capítulo 2 constituye un claro ejemplo en ésta línea. El modelo que aquí se plantea consiste en sistematizar este proceso de análisis.

El modelo *ESG Audit* busca determinar el la responsabilidad social de la empresa, no el esfuerzo que hace para mejorarla. Es una realidad que la existencia de sectores mucho más beneficiosos para el entorno que otros. Cosa que no hay que confundir con que sean o no sectores relevantes para la economía. Cualquier pueblo o ciudad preferirá contar con una empresa dedicada a la educación, como una escuela o una universidad, que no con una planta de energía nuclear. En principio, la primera tiene muchas posibilidades de establecer una relación más buena con el entorno medio-ambiental, social y de gobierno que la segunda.

Ésto no ha de suponer en absoluto un problema para incentivar a las empresas de todos los sectores a mejorar su relación con el entorno. El hecho de que la calificación final no consista en un aprobado o un suspenso sino en una escala de cuatro valores, ayudará a entender que una empresa de determinado sector pueda tener una nota baja sin que esto sea necesariamente un estigma para ella.

Será importante que a la hora de valorar el r ating, aquellos que quieran usarlo comparen la puntuación de la empresa analizada con la de otras empresas del sector. Los r atings individuales de las 30 variables contribuirán a tener una visión profunda de la ESG de la empresa, que a su vez también ayudará a descubrir los esfuerzos de esta para mejorar.

Al convertir los ratings individuales en valores numéricos se facilita el análisis detallado de las distintas variables. Ésto tendrá lugar de la forma como se describe a continuación:

Con carácter general, la conversión de la valoración alfabética  $(VAE_j^{i,t})$  de cada una de las variables que integran la dimensión *Environmental* de una empresa “i” cualquiera, para un año “t”, en una valoración numérica  $(VNE_j^{i,t})$  responde a la función de cuantificación que se detalla a continuación:

$$(34) \quad VNE_j^{i,t} = f[VAE_j^{i,t}] \quad , \text{ con } j=1, 2, 3, \dots, 10$$

$$(34.b) \text{ De tal manera que si } \begin{cases} VAE_j^{i,t} = A \rightarrow f[VAE_j^{i,t}] = 4 = VNE_j^{i,t} \\ VAE_j^{i,t} = B \rightarrow f[VAE_j^{i,t}] = 3 = VNE_j^{i,t} \\ VAE_j^{i,t} = C \rightarrow f[VAE_j^{i,t}] = 2 = VNE_j^{i,t} \\ VAE_j^{i,t} = D \rightarrow f[VAE_j^{i,t}] = 1 = VNE_j^{i,t} \end{cases}$$

Con carácter general, la conversión de la valoración alfabética  $(VAS_j^{i,t})$  de cada una de las variables que integran la dimensión *Social* de una empresa “i” cualquiera, para un año “t”, en una valoración numérica  $(VNS_j^{i,t})$  responde a la función de cuantificación que se detalla a continuación:

$$(35) \quad VNS_j^{i,t} = f[VAS_j^{i,t}] \quad , \text{ con } j=1, 2, 3, \dots, 10$$

$$(35.b) \text{ De tal manera que si } \begin{cases} VAS_j^{i,t} = A \rightarrow f[VAS_j^{i,t}] = 4 = VNS_j^{i,t} \\ VAS_j^{i,t} = B \rightarrow f[VAS_j^{i,t}] = 3 = VNS_j^{i,t} \\ VAS_j^{i,t} = C \rightarrow f[VAS_j^{i,t}] = 2 = VNS_j^{i,t} \\ VAS_j^{i,t} = D \rightarrow f[VAS_j^{i,t}] = 1 = VNS_j^{i,t} \end{cases}$$

Y, con carácter general, la conversión de la valoración alfabética  $(VAG_j^{i,t})$  de cada una de las variables que integran la dimensión *Governance* de una empresa “i” cualquiera, para un año “t”, en una valoración numérica  $(VNG_j^{i,t})$  responde a la función de cuantificación que se detalla a continuación:

$$(36) \quad VNG_j^{i,t} = f[VAG_j^{i,t}] \quad , \text{ con } j=1, 2,3,\dots,10$$

$$(36.b) \text{ De tal manera que si } \begin{cases} VAG_j^{i,t} = A \rightarrow f[VAG_j^{i,t}] = 4 = VNG_j^{i,t} \\ VAG_j^{i,t} = B \rightarrow f[VAG_j^{i,t}] = 3 = VNG_j^{i,t} \\ VAG_j^{i,t} = C \rightarrow f[VAG_j^{i,t}] = 2 = VNG_j^{i,t} \\ VAG_j^{i,t} = D \rightarrow f[VAG_j^{i,t}] = 1 = VNG_j^{i,t} \end{cases}$$

Tomando la valoración numérica  $(VNE_j^{i,t})$  de cada una de las variables que integran la dimensión *Environmental* de una empresa “i” cualquiera, para un año “t”, se puede obtener el r ating o calificación numérico total  $(RNE_{Total}^{i,t})$  a partir del cociente entre el sumatorio de todas y cada una de las valoraciones numéricas individuales de esa dimensión y el número de variables (10) que la integran.

$$(37) \quad RNE_{Total}^{i,t} = \frac{\sum_{j=1}^{10} VNE_j^{i,t}}{10}$$

Este r ating o calificación numérico total  $(RNE_{Total}^{i,t})$  correspondiente a la dimensión *Environmental* oscilar a entre un rango mínimo de 1 y rango máximo de 4.

$$(38) \quad 1 \leq RNE_{Total}^{i,t} \leq 4$$

Asimismo, tomando la valoración numérica  $(VNS_j^{i,t})$  de cada una de las variables que integran la dimensión *Social* de una empresa “i” cualquiera, para un año “t”, se puede obtener el rating o calificación numérica total  $(RNS_{Total}^{i,t})$  a partir del cociente entre el sumatorio de todas y cada una de las valoraciones numéricas individuales de esa dimensión y el número de variables (10) que la integran.

$$(39) \quad RNS_{Total}^{i,t} = \frac{\sum_{j=1}^{10} VNS_j^{i,t}}{10}$$

Este rating o calificación numérica total  $(RNS_{Total}^{i,t})$  correspondiente a la dimensión *Social* oscilará entre un rango mínimo de 1 y rango máximo de 4.

$$(40) \quad 1 \leq RNS_{Total}^{i,t} \leq 4$$

Finalmente, mediante la valoración numérica  $(VNG_j^{i,t})$  de cada una de las variables que integran la dimensión *Governance* de una empresa “i” cualquiera, para un año “t”, se puede obtener el rating o calificación numérica total  $(RNG_{Total}^{i,t})$  a partir del cociente entre el sumatorio de todas y cada una de las valoraciones numéricas individuales de esa dimensión y el número de variables (10) que la integran.

$$(41) \quad RNG_{Total}^{i,t} = \frac{\sum_{j=1}^{10} VNG_j^{i,t}}{10}$$

Este rating o calificación numérico total  $(RNG_{Total}^{i,t})$  correspondiente a la dimensión *Governance* oscilará entre un rango mínimo de 1 y rango máximo de 4.

---

$$(42) \quad 1 \leq RN_{Global}^{i,t} \leq 4$$

En consecuencia, el r ating o calificación numérica  $(RN_{Global}^{i,t})$  del conjunto de la empresa "i" para el período "t" será siempre el resultado de calcular la media aritmética simple de las calificaciones numéricas de las tres dimensiones.

$$(43) \quad RN_{Global}^{i,t} = \frac{RNE^{i,t} + RNS^{i,t} + RNG^{i,t}}{3}$$

Este r ating numérico para el conjunto de la empresa  $(RN_{Global}^{i,t})$  oscilará entre un rango mínimo de 1 y rango máximo de 4.

$$(44) \quad 1 \leq RN_{Global}^{i,t} \leq 4$$

La conversión de la calificación numérica  $(RN_{Global}^{i,t})$  del conjunto de la empresa "i" para el período "t", en un r ating o calificación alfabética conjunta  $(RA_{Global}^{i,t})$  para esa empresa y para ese mismo período, requiere definir una función de transformación como la que se detalla a continuación:

$$(45) \quad RA_{Global}^{i,t} = f[ RN_{Global}^{i,t} ]$$

$$(45.b) \quad \text{De tal manera que si} \quad \begin{cases} 4 \leq RN_{Global}^{i,t} \leq 3,25 \rightarrow f[ RN_{Global}^{i,t} ] = A = RA_{Global}^{i,t} \\ 3,25 \leq RN_{Global}^{i,t} \leq 2,5 \rightarrow f[ RN_{Global}^{i,t} ] = B = RA_{Global}^{i,t} \\ 2,5 \leq RN_{Global}^{i,t} \leq 1,75 \rightarrow f[ RN_{Global}^{i,t} ] = C = RA_{Global}^{i,t} \\ 1,75 \leq RN_{Global}^{i,t} \leq 1 \rightarrow f[ RN_{Global}^{i,t} ] = D = RA_{Global}^{i,t} \end{cases}$$

En resumen, como consecuencia de las dificultades y alteraciones que como se ha observado conllevaría un proceso de ponderación para cada una de las variables individuales, se ha optado por asignar a todas las variables la misma relevancia para calcular el *r*ating global.

Y una vez se haya obtenido el *r*ating numérico global se convertirá ese valor en una calificación A, B, C o D (donde A es la mejor y D la peor). Se utilizará el escalado de la siguiente tabla para conseguir la misma holgura para cada calificación:

**Tabla 38. Puntuación del *r*ating global**

Rating Global Numérico	Rating Global Alfabético
$4 \leq RN_{Global}^{i,t} \leq 3,25$	A
$3,25 \leq RN_{Global}^{i,t} \leq 2,5$	B
$2,5 \leq RN_{Global}^{i,t} \leq 1,75$	C
$1,75 \leq RN_{Global}^{i,t} \leq 1$	D

Fuente: Elaboración propia

Estos cálculos se desarrollaran automáticamente en la pestaña “cálculo del *r*ating global” del aplicativo informático de *ESG Audit* a partir de los datos calculados en la pestaña “cálculo de variables”.

#### 4.7. La obtención de la información

La obtención de la información necesaria para desarrollar el modelo de *r*ating exige recorrer a distintas fuentes. Las principales son las fuentes de la propia empresa, que esta extraerá de sus departamentos de contabilidad y de recursos humanos o directamente de documentos oficiales e impuestos que tienen que ser presentados ante las administraciones competentes. Solamente en 6 casos se precisará solicitar

información o contrastación a terceros como pueden ser sindicatos, consultoras medioambientales o asociaciones de consumidores.

El modelo de valoración de la ESG planteado se soporta en hojas de cálculo pre-determinadas que constituyen la base de un futuro programa informático. La hoja de cálculo elaborada se estructura en siete apartados que responden a la metodología de análisis de *ESG Audit*:

1. Cuestionario
2. Cálculo de las variables
3. Auxiliar de cálculo de derechos laborales
4. Auxiliar de cálculo de empresas analizadas
5. Auxiliar de cálculo de paraísos fiscales
6. Auxiliar de cálculo de derechos humanos
7. Cálculo del rating global

Se ha elaborado un cuestionario que deben responder las empresas que serán sometidas a este proceso de auditoría de la ESG y que se presenta en el Anexo 5. Este cuestionario constará de 52 preguntas que la empresa tendrá que responder. Para cada una de ellas se indica la fuente de donde debe tomarse la información. En la mayoría de los casos las respuestas tendrán formato numérico. Pero como se ha visto al analizar las 30 variables, algunas requerirán una información más elaborada para que el analista pueda parametrizar los campos más complejos de la ESG.

En una segunda fase, los datos introducidos en el cuestionario se volcarán automáticamente a la segunda pestaña, la de cálculo de variables. Esta pestaña generará de forma automática todos los ratings individuales que se fundamenten en

datos exclusivamente numéricos. Para calcular el r ating de aquellas variables más complejas el analista contar a con la ayuda de las pestañas auxiliares de cálculo de derechos laborales, empresas analizadas, paraísos fiscales y derechos humanos, descritas en los Anexos 1, 2, 3 y 4 respectivamente.

Una vez se hayan obtenido los r atings de todas la variables, éstos se volcarán automáticamente a la pestaña de cálculo de r ating global. Esta pestaña ofrecer a de forma también automática el cálculo del r ating global de ESG de la empresa analizada.

De esta forma se consigue cumplir con los objetivos que persigue el modelo *ESG Audit*. Se trata de un modelo contrastable, objetivo, cuantificable y comparable. Y a su vez se logra respetar los principios inicialmente exigidos para la selección de cada una de las 30 variables. Estos son, representatividad, simplicidad, fiabilidad y cuantificabilidad.

## Capítulo 5. El modelo *ESG Audit* puesto en práctica

El modelo *ESG Audit* de r ating de ESG se ha aplicado en el análisis de 5 empresas para comprobar su viabilidad práctica. En este capítulo se tratar a en detalle el funcionamiento práctico del modelo en su análisis de la Corporación Alimentaria de Guissona (CAG). En el Anexo 6 se presentar an los resultados y lecturas del análisis de las otras cuatro empresas a las que se les ha aplicado el modelo de r ating de ESG.

Con una actividad eminentemente nacional, un volumen de ventas de casi 1.500 millones de euros y más de 3.000 trabajadores, la CAG, es una empresa con unas cuentas lo bastante sencillas y a la vez con un volumen de ventas lo suficientemente grande como para resultar el sujeto de análisis ideal para testar este modelo.

Al presentarles el proyecto, la dirección de la empresa puso de manifiesto su poca afinidad hacia las iniciativas referentes a la RSC por considerarlas simples herramientas de comunicación corporativa. Los directivos de CAG señalaron que durante los más de 50 años de historia de la empresa, ésta ha mantenido un modelo de crecimiento que ha procurado en todo momento ser respetuoso con su entorno. Ha sido la principal fuente de riqueza y de dinamización económica de una comarca con escasos recursos más allá de los cultivos de secano. Ha creado miles de puestos de trabajo directos e indirectos. Ha potenciado los clubes deportivos, centros geriátricos, escuelas y todo tipo de equipamientos. Además posibilita a las familias con menos recursos poder acceder a una alimentación completa ofreciéndoles a precios muy asequibles y de una remarcable calidad. Y según afirman los directivos del grupo, esta es su labor de responsabilidad social.

Una vez expuesto el objeto de estudio en toda su extensión, quedó claro que había una

---

gran coincidencia entre la noción de responsabilidad social que aquí se viene desarrollando y la que mantenía la dirección de la empresa. Esta coincidencia facilitó que la compañía aceptara colaborar en el desarrollo del trabajo de campo destinado a contrastar el funcionamiento y utilidad del modelo *ESG Audit*. El modo de proceder ha sido el siguiente:

Primero se envió a la dirección de la CAG el cuestionario de auditoría de ESG para extraer la información necesaria. En este punto los responsables de la auditoría interna hicieron notar que la información requerida era sencilla de obtener, sobre todo si se trataba de una empresa con departamentos especializados y con una contabilidad bien organizada.

Posteriormente, los datos ofrecidos por la empresa se contrastaron. Se comprobó que los procesos informáticos automatizados procesaran correctamente los datos. Aquellas variables más complejas fueron tratadas por el analista sin dificultades. Y finalmente se obtuvieron los ratings individuales de las 30 variables y el proceso informático mostró automáticamente el rating global de ESG de la Corporación Alimentaria de Guissona<sup>23</sup>.

### *5.1. El cálculo del rating individual de las variables*

En las siguientes tablas se procesan los datos ofrecidos por la CAG. En ellas se expresan los datos necesarios para hacer los cálculos, se indica la fórmula y el resultado de estos, se exponen los ratings y finalmente se ofrece la calificación de cada variable.

---

<sup>23</sup> Es necesario poner de relieve la gestión discreta que se ha hecho a la hora de publicar los datos facilitados por la CAG. En este caso se publican todos los datos necesarios para observar el desarrollo del modelo, pero se reserva la publicación de informes y datos de carácter interno para respetar su confidencialidad.

---

**Environmental (E):**

**1. Nivel de reciclaje**

Residuos físicos producidos (toneladas)	64144053,99
Residuos físicos reciclados (toneladas)	28240571

Resultado 44,03%

Valoración

≥70% = A

<70%; ≥50% = B

<50%; ≥30% = C

<30% = D

Ráting

C

**2. Generación de residuos tóxicos**

Valoración

No se generan residuos tóxicos = A

Se generan residuos tóxicos de poca peligrosidad y se gestionan correctamente = B

Se generan residuos tóxicos de alta peligrosidad y se gestionan correctamente = C

Se generan residuos tóxicos y no son gestionados correctamente = D

Explicación:

Se generan residuos de origen biológico y purines que son tratados según las exigencias legales.

Ráting

B

**3. Nivel de contaminación ambiental**

Valoración

No produce contaminación ambiental = A

Impacto sobre el medio-ambiente no relevante para su correcto desarrollo = B

Impacto sobre el medio-ambiente relevante, pero se llevan a cabo políticas para reducirlo = C

Causa contaminación ambiental relevante sin aplicar políticas para evitarlo = D

Explicación:

La contaminación ambiental no tiene afectaciones relevantes para el medio.

Ráting

B

#### 4. Consumo de agua

Facturación anual (euors)	1467000000
Volumen de agua consumido (metros cúbicos)	928549000

Resultado 0,63

Valoración

≤0,2 = A

>0,2; ≤ 0,45 = B

>0,45; ≤ 0,7 = C

>0,7 = D

Ráting

C

#### 5. Impacto sobre los ecosistemas

Valoración

Impacto inexistente = A

Impacto incapaz de alterar substancialmente la vida del ecosistema = B

Impacto capaz de alterar substancialmente la vida del ecosistema = C

Impacto que pone en grave peligro alguna de las parte del ecosistema = D

Explicación:

La actividad no tinene afectaciones negativas en los ecosistemas locales.

Ráting

A

#### 6. Riesgo de provocar catástrofes medioambientales

Valoración

Sin perspectiva de causar catástrofes = A

Con posibilidades de causar catástrofes de impacto local = B

Con posibilidades de causar catástrofes de impacto nacional = C

Con posibilidades de causar catástrofes de impacto internacional = D

Explicación:

Históricamente el sector no presenta riesgo de catástrofes medio-ambientales.

Ráting

A

### 7. Nivel de eficiencia energética

Coste energético (euros)	11528000
Facturación anual (euros)	1467000000

Resultado 0,79

Valoración  
 $\leq 0,6\%$  = A  
 $> 0,6\%$ ;  $\leq 0,8\%$  = B  
 $> 0,8\%$ ;  $\leq 1\%$  = C  
 $> 1\%$  = D

Ráting

D

### 8. Dependencia de los combustibles fósiles

Coste energético (euros)	11528000
Coste de los combustibles fósiles (euros)	0

Resultado 0%

Valoración  
 $\leq 0,1\%$  = A  
 $> 0,1\%$ ;  $\leq 0,2\%$  = B  
 $> 0,2\%$ ;  $\leq 0,3\%$  = C  
 $> 0,3\%$  = D

Ráting

A

### 9. Apoyo a las energías renovables

Activo inmovilizado (euros)	314682000
Activos inmovilizados para la producción de energía (euros)	40000000
Consumo de energías renovables autoproducidas (euros)	0
Consumo energético (euros)	11528000
Activos financieros de empresas productoras de energías renovables (euros)	0
Activos financieros totales (euros)	83820000
Donaciones para investigación y desarrollo de energías renovables (euros)	0
Donaciones totales (euros)	400000

Resultado 0,13

Valoración  
 $\geq 0,6$  = A  
 $< 0,6$ ;  $\geq 0,3$  = B  
 $< 0,3$ ;  $\geq 0,1$  = C  
 $< 0,1$  = D

Ráting

C

### 10. Desarrollo de programas de reducción de consumo energético

Valoración

Implantación de programas de ahorro energético de mas de un 10% = A

Implantación de programas de ahorro energético de menos de un 10% = B

Desarrollo de programas de racionalización energética no implementados= C

No existen programas de ahorro energético = D

Explicación:

Instalación de sistemas de optimización de energía en calefacción y refrigeración.

Ráting

B

### Social (S):

#### 11. Contratación de personas con problemas de inclusión social

Número de trabajadores con problemas de inclusión 20

Número de trabajadores en plantilla 3199

Resultado 0,63%

Valoración

≥6%=A

<6%; ≥4% = B

<4%; ≥2% = C

<2% = D

Ráting

D

#### 12. Paridad de género en la plantilla

Número de mujeres en plantilla 1244

Total plantilla 3199

Resultado 22,23%

Valoración

≤10% = A

>10%; ≤20% = B

>20%; ≤30% = C

>30% = D

Ráting

C

**13. Contratación de residentes en puestos de responsabilidad**

Número trabajadores con cargos directivos	8
Número de directivos residentes en el área geográfica	8

Resultado 100,00%

Valoración

≥80% = A

<80%; ≥60% = B

<60%; ≥40% = C

<40% = D

Ráting

A

**14. Uso de mano de obra infantil**

Valoración

No hay contacto con mano de obra menor de 15 años = A

Algunos proveedores usan mano de obra infantil y se desarrollan planes para erradicarla = B

Proveedores usan mano de obra infantil y no se trabaja para erradicarla = C

La propia empresa da trabajo a menores de 16 años = D

Explicación:

Ni la empresa ni los proveedores se sirven de mano de obra infantil.

Ráting

A

**15. Centros productivos en países faltados de derechos laborales**

Valoración

Centros en países que respetan los derechos laborales = A

Centros en países con carencias leves en derechos laborales = B

Centros en países con carencias en derechos laborales = C

Centros en países con carencias graves en derechos laborales = D

Comparar con el Auxiliar de **Derechos Laborales**

Sin centros productivos en el extranjero.

Ráting

A

**16. Reclamaciones de asociaciones de consumidores**

Facturación anual de la empresa (euros)	1467000000
Número de reclamaciones	0

Resultado 0

Valoración  
 $\leq 0,5 = A$   
 $> 0,5; \leq 1 = B$   
 $> 1; \leq 2 = C$   
 $> 2 = D$

Ráting

A

**17. Nivel de compras a empresas según su ráting de ESG**

Explicación:  
 Comparar Intrastat, DUA y Modelo 347  
 con el Auxiliar de **Empresas Analizadas**

Compras a proveedores con calificación A (euros)	0
Compras a proveedores con calificación B (euros)	0
Compras a proveedores con calificación C (euros)	0
Compras a proveedores con calificación D (euros)	0
Total de compras a proveedores calificados (euros)	0

Resultado 0

Valoración  
 0= Sin calificación  
 $> 0; \leq 1,5 = A$   
 $> 1,5; \leq 2 = B$   
 $> 2; \leq 2,5 = C$   
 $> 2,5 = D$

Ráting

Sin calificación

### 18. Nivel de ventas a empresas según su rating de ESG

Explicación:

Comparar Intrastat, DUA y Modelo 347  
con el Auxiliar de **Empresas Analizadas**

Ventas a clientes con calificación A (euros)	0
Ventas a clientes con calificación B (euros)	0
Ventas a clientes con calificación C (euros)	0
Ventas a clientes con calificación D (euros)	0
Total de ventas a proveedores calificados (euros)	0

Resultado 0

Valoración

0= Sin calificación

>0; ≤1,5 = A

>1,5; ≤2 = B

>2; ≤2,5 = C

>2,5 = D

Rating

Sin calificación

### 19. Apoyo a la investigación médica y a programas de educación

Activos inmovilizados para la investigación médica o para programas de educación (euros)	0
Compras a empresas de investigación médica o de educación (euros)	0
Activos financieros de empresas dedicadas a la investigación médica o a la educación (euros)	0
Donaciones a investigación médica o programas de educación (euros)	365000
Total de activos inmovilizados (euros)	314682000
Facturación anual (euros)	1467000000
Total activos financieros (euros)	83820000
Total compras (euros)	400000

Resultado 0,91

Valoración

≥1,5 = A

<1,5; ≥1 = B

<1; ≥0,5 = C

<0,5 = D

Rating

C

**20. Apoyo a actividades culturales**

Donaciones a actividades culturales (euros)	6000
Total donaciones (euros)	400000

Resultado 1,50%

Valoración  
 ≥5% = A  
 <5%; ≥2% = B  
 <2%; ≥0,5% = C  
 <0,5% = D

Ráting  
 C

**Governance (G):**

**21. Nivel de huelgas**

Horas de huelga	0
Horas de trabajo	5520364

Resultado 0

Valoración  
 ≤0,1% = A  
 >0,1%; ≤0,4% = B  
 >0,4%; ≤0,7% = C  
 >0,7% = D

Ráting  
 A

**22. Diferencia entre los salarios y el mínimo fijado en convenio**

CATEGORÍA	Media Empleados	Media Sueldo Bruto	Convenio	Diferencia
TIT.UNIV.SUP	115	37.865,36 €	24.250,93 €	-13.614,43 €
TIT.UNIV.MIG	84	33.915,62 €	21.013,15 €	-12.902,47 €
OFIC.ADMIN	139	31.903,97 €	17.160,49 €	-14.743,48 €
AUX.ADMIN	87	23.074,87 €	16.179,79 €	-6.895,08 €
OFICIAL 1-2	1517	24.800,20 €	14.469,10 €	-10.331,10 €
OFICIAL 3	615	20.325,01 €	14.081,47 €	-6.243,54 €
PEÓN	503	19.220,47 €	13.673,77 €	-5.546,71 €
SUMATORIO	3060		120.828,70 €	

Diferencia media ponderada 9019,8476  
 Resultado 7,46%

Valoración  
 ≥12% = A  
 <12%; ≥8% = B  
 <8%; ≥4% = C  
 <4% = D

Ráting  
 C

**23. Bajas por accidente laboral**

Horas de baja laboral	32888
Horas de trabajo	5520364
Muertos en accidente laboral	0

Resultado 5,96

Valoración  
 ≤1,5 = A  
 >1,5; ≤3 = B  
 >3; ≤6 = C  
 >6 = D

Un solo muerto en accidente laboral implicará una calificación D.

Ráting  
 C

## 24. Nivel de prestación por maternidad y paternidad

Valoración

Ventajas notables referentes a la maternidad y a la paternidad = A

Se otorgan beneficios por encima de los legalmente exigidos = B

Se limitan a cumplir los mínimos legales = C

No se cumplen los mínimos legales = D

Explicación:

Permisos por maternidad y paternidad por encima de los mínimos legales y posibilidad de jornadas reducidas.

Ráting

B

## 25. Relación con paraísos fiscales e inversiones offshore

Relación de activos inmovilizados al extranjero

Ninguno

Relación de compras al extranjero

Ninguno

Relación de activos financieros al extranjero

Ninguno

Relación de donaciones al extranjero

Ninguno

País donde la empresa tiene su sede

España

Comparar los datos con el Auxiliar de **Paraísos fiscales**

Activos inmovilizados en paraísos fiscales o offshore (euros)

0

Activos inmovilizados situados en el extranjero (euros)

0

Compras a paraísos fiscales o offshore (euros)

0

Total compras al extranjero (euros)

0

Activos financieros de empresas con sede en paraísos fiscales (euros)

0

Activos financieros de empresas con sede en el extranjero (euros)

0

Donaciones a paraísos fiscales o offshore (euros)

0

Donaciones al extranjero (euros)

0

Resultado

0%

Valoración

≤1% = A

>1%; ≤5% = B

>5%; ≤10% = C

>10% = D

Si la sede de la empresa está en un paraíso fiscal la calificación será D.

Ráting

A

**26. Relación con países que no garantizan los Derechos Humanos**

Relación de activos inmovilizados al extranjero

Ninguno

Relación de compras al extranjero

Ninguno

Relación de activos financieros extranjeros

Ninguno

Relación de donaciones al extranjero

Ninguno

País donde la empresa tiene la sede

España

Comparar los datos con el Auxiliar de **Derechos Humanos**

Activos inmovilizados en países que no respetan los DDHH (euros)	0
Activos inmovilizados al extranjero (euros)	0
Compras a países que no respetan los DDHH (euros)	0
Total de compras al extranjero (euros)	0
Facturación anual (euros)	1467000000
Ventas a países que no respetan los DDHH (euros)	0
Activos financieros de empresas con sede en países que no respetan los DDHH (euros)	0
Activos financieros al extranjero (euros)	0
Donaciones a países que no respetan los DDHH (euros)	0
Donaciones al extranjero (euros)	0

Resultado 0%

Valoración

0% = A

>0%; ≤5% = B

>5%; ≤10% = C

>10% = D

Rátigo

A

### 27. Contenciosos con la Administración Tributaria

Importe de las reclamaciones de la AEAT (euros)	0
Facturación anual (euros)	1467000000

Resultado 0%

Valoración

0% = A

>0%; ≤10% = B

>10%; ≤20% = C

>20% = D

Ráting

A

### 28. Condenas firmes

Valoración

No hay condenas en los últimos 3 años = A

Culpable de delitos menores con multa inferior al 50%  
de sus recursos propios = B

Culpable de delitos menores con multa igual o superior al 50%  
de sus recursos propios = C

Culpable de delitos penales, corrupción, fraude o evasión = D

Explicación:

La empresa no ha sido condenada en los últimos 3 años.

Ráting

A

### 29. Depuración de responsabilidades en caso de condena

Valoración

En caso de no haber sufrido ninguna condena en los últimos 3 años = A

Depuración en forma de despidos de directivos = A

Depuración en forma de despidos de cargos intermedios = B

Depuración en forma de multa o degradación de directivos = C

Algunas condenas no han implicado ninguno de los  
anteriores procesos de depuración = D

Explicación:

La empresa no ha sido condenada en los últimos 3 años.

Ráting

A

**30. Gestión de la protección de datos**

Valoración

Uso exclusivo de los datos para la empresa y protección de estos acorde con la legislación vigente = A

Almacenamiento de datos que exceden las necesidades de la empresa = B

Almacenamiento reservando el derecho a ceder los datos a terceros = C

Vulneración de la ley de protección de datos en los últimos 5 años = D

Explicación:

Los datos de los clientes no son cedidos bajo ningún concepto a terceros y el trato previsto por la legislación vigente.

Ràting

A

*5.2. Resumen de los ratings individuales*

Una vez conseguidos los ratings para cada una de las variables, se obtiene la tabla de resumen de los resultados obtenidos para hacer un análisis fragmentado de la ESG de la Corporación Alimentaria de Guissona.

**Tabla 39: Ratings individuales**

Tabla de ratings individuales de CAG		Ràting
Environmental:	1- Nivel de reciclaje	C
	2- Generación de residuos	B
	3- Nivel de contaminación ambiental	B
	4- Consumo de agua	C
	5- Impacto sobre ecosistemas	A
	6- Riesgo de provocar catástrofes medioambientales	A
	7- Nivel de eficiencia energética	B
	8- Dependencia de los combustibles fósiles	A
	9- Apoyo a las energías renovables	C
	10- Desarrollo de programas de reducción de consumo energético	B

Social:	11- Contratación de personas con problemas de inclusión	D
	12- Paridad de género en la plantilla	C
	13- Contratación de residentes en el área geográfica en puestos de responsabilidad	A
	14- Uso de mano de obra infantil	A
	15- Centros productivos en países que no respetan los derechos laborales	A
	16- Reclamaciones de asociaciones de consumidores	A
	17- Compras a empresas según su r�ating d'ESG	Sin r�ating
	18- Ventas a empresas según su r�ating d'ESG	Sin r�ating
	19- Apoyo a la investigación médica y a programas de educación	C
	20- Apoyo a actividades culturales	C
Governance:	21- Nivel de huelgas	A
	22- Diferencia salarial respeto el mínimo fijado por el convenio de cada categoría	C
	23- Bajas por accidente laboral	C
	24- Nivel de prestación por maternidad y paternidad	B
	25- Relación con paraísos fiscales e inversiones offshore	A
	26- Relación con países que no respeten los DDHH	A
	27- Contenciosos con la Administración Tributaria	A
	28- Condenas firmes	A
	29- Depuración de responsabilidades en caso de condena	A
	30- gestión de la protección de datos	A

Fuente: Elaboración propia

A partir de estos r atings individuales de cada variable se puede extraer una información valiosa sobre la relación de la empresa con su entorno desde diferentes perspectivas. La segmentación más evidente será la de los tres pilares de la ESG.

Según esta segmentación se observará que el pilar medio-ambiental es el que menos "A" tiene. Al tratarse de una industria es normal que este pilar suponga un punto a

mejorar. Por lo que respecta al pilar social, lo primero que llama la atención son las dos variables que por falta de información todavía no pueden ser puntuadas. Se observa que es un pilar con bastante margen de mejora, sobretodo en la variable de contratación de personas con riesgo de exclusión.

El último de los pilares, el de gobernanza, es el que mejor puntuación obtiene. La naturaleza del negocio de la Corporación Alimentaria de Guissona facilita los buenos resultados de este pilar al mantener pocas relaciones con el extranjero y presentar pocas problemáticas legales.

A parte de analizar los tres pilares de la ESG también se pueden hacer otros análisis segmentados como por ejemplo tratar la política energética, la relación con los trabajadores, el cumplimiento de la legalidad y las responsabilidades con la Administración Tributaria.

Se trata de 30 variables que se pueden agrupar de distintas formas y que ofrecen una información notablemente más concreta que la de los tres pilares de manera que el analista puede centrarse en aquellos temas que más relevantes le resulten.

### *5.3. De los ratings individuales al rating global*

Para obtener el rating global se empezará transformando los ratings individuales en valores numéricos. A la calificación A se le asignará un valor de 4, a la calificación B de 3, a la C de 2 y la D será 1. Como se ha explicado anteriormente, se procederá a hacer la media aritmética simple de las variables.

**Tabla 40. Obtención del rating global**

	Rating	Rating numérico
1- Nivel de reciclaje	C	2
2- Generación de residuos tóxicos	B	3
3- Nivel de contaminación ambiental	B	3
4- Consumo de agua	C	2
5- Impacto sobre ecosistemas	A	4
6- Riesgo de provocar catástrofes medioambientales	A	4
7- Nivel de eficiencia energética	B	3
8- Dependencia de los combustibles fósiles	A	4
9- Apoyo a las energías renovables	C	2
10- Desarrollo de programas de reducción de consumo energético	B	3
11- Contratación de personas con problemas de inclusión social	D	1
12- Paridad de sexo en la plantilla	C	2
13- Contratación de residentes en el área geográfica en puestos de responsabilidad	A	4
14- Utilización de mano de obra infantil	A	4
15- Centros productivos en países sin derechos laborales	A	4
16- Reclamaciones de asociaciones de consumidores	A	4
17- Nivel de compras a empresas según el nivel de ESG	-	-
18- Nivel de ventas a empresas según el nivel de ESG	-	-
19- Apoyo a la investigación médica y a programas de educación	C	2
20- Apoyo a actividades culturales	C	2
21- Nivel de huelgas	A	4
22- Diferencia entre los salarios de los trabajadores y el mínimo fijado en convenio	C	2
23- Bajas por accidente laboral	C	2
24- Nivel de prestación por maternidad	B	3
25- Relación con paraísos fiscales e inversiones offshore	A	4
26- Relación con países que no garantizan los Derechos Humanos	A	4
27- Contenciosos con hacienda	A	4
28- Condenas firmes	A	4
29- Depuración de responsabilidades en caso de condena	A	4
30- Gestión de la protección de datos	A	4
Sumatorio		88

Fuente: Elaboración propia

El sumatorio de los valores numéricos de las diferentes variables es 88. Este valor se debe dividir entre 28 (no entre 30), ya que dos de las variables no han podido ser contabilizadas. Así que el resultado numérico de la media es 3,14.

Para convertir este valor numérico en un rating alfabético respetando que cada una de las cuatro letras contenga el mismo intervalo, se usará la escala descrita en la tabla 38.

Así pues, el r ating global de la ESG de la Corporación Alimentaria de Guissona será B. Se trata de una nota muy positiva, aun que mejorable. Gracias a los r atings individuales de las variables los responsables de la empresa podrán determinar cuales son los puntos a reforzar.

Seguramente será difícil mejorar el pilar medio-ambiental por la naturaleza del negocio, pues una industria siempre tiene una relación difícil con el medio-ambiente. Será el pilar social que con menor esfuerzo pueda mostrar mayores mejor as que repercutan positivamente en el r ating global. Contratar más mujeres y buscar puestos de trabajo adecuados para personas con riesgo de exclusión social son dos puntos a tener en cuenta, ya que se pueden mejorar sin necesidad de hacer grandes cambios en el sistema de producción.

También se debe destacar que, como se apuntaba en la introducción de este caso, la directiva de la CAG mostró una posición claramente escéptica respecto a la RSC. Aseguraron que ellos se preocupaban por la relación que mantenían con el entorno, pero que nunca habían querido entrar en el juego de los informes de RSC. Es interesante ver como su posición ha quedado reafirmada al hacer un estudio en profundidad de la relación que mantiene esta empresa con su entorno.

Una vez puesto en práctica el modelo *ESG Audit* se puede afirmar que es totalmente operativo. Los procesos de toma de datos, parametrización y cálculo de r atings han funcionado exitosamente. La CAG ha quedado satisfecha con la facilidad y rapidez con la que se ha desarrollado el análisis. El Sr. Ramón Alsina, Consejero Delegado Ejecutivo de la Corporación Alimentaria de Guissona, ha mostrado interés en los resultados obtenidos. No tanto por resultar ser buenos, sino por la facilidad con la que se han identificado los puntos a mejorar en su relación con el entorno.



## Capítulo 6. Consideraciones sobre el análisis económico de la ESG

### *6.1. La integración de la ESG en la contabilidad*

Las principales herramientas de las que dispone actualmente la contabilidad son las cuentas anuales, compuestas por el balance, la cuenta de pérdidas y ganancias, el estado de cambios en el patrimonio neto, el estado de flujos de efectivo y la memoria. El objetivo de estas cuentas es ofrecer una imagen fiel de la empresa que ayude a sus administradores a gestionarla de la mejor forma posible. A medida que la ciencia económica permite conocer con mayor detalle los factores que intervienen en el desarrollo de un negocio, se va perfeccionando la técnica contable. Y la contabilización de la ESG puede ser la próxima pequeña mejora que se incorpore en la contabilidad para conseguir una imagen lo más fiel posible de la empresa.

Considérese, por ejemplo, el caso de las empresas A y B que pertenezcan al mismo sector económico y que tengan un volumen de negocio parecido, dos empresas prácticamente idénticas. Sin embargo, la empresa A tiene una estructura de costes laborales muy baja pues ofrece unos salarios cercanos al mínimo fijado por convenio colectivo, rehúsa el diálogo con los sindicatos y gran parte de la plantilla tiene contratos temporales que le permiten mantener una fuerza de trabajo flexible acorde con la demanda de cada momento. Gracias a esta política de ahorros en costes laborales logra unos beneficios notables.

Por otro lado se observa el caso de la empresa B, cuya política laboral es muy distinta. Los salarios pagados por la empresa B son más altos que los que ofrece la empresa A. Además, procura tener en cuenta las propuestas de los empleados, la mayor parte de la

contratación es indefinida y se ofrece a los trabajadores más días de descanso y permisos por maternidad más largos. En consecuencia, la empresa B soporta unos mayores costes laborales que minan su beneficio, siendo éste claramente inferior al de la empresa A.

Las cuentas anuales revelarían como dos empresas muy similares guardan una diferencia fundamental: la empresa A obtiene mayores beneficios que la empresa B. Ésta sola diferencia recogida en las cuentas anuales puede resultar decisiva para cualquier inversor. Y quizás el inversor no se estaría equivocando, quizás la política laboral de A es mejor que la de B. Pero en cualquier caso sería importante que la diferencia en las políticas laborales también fuera conocida por el inversor. De otra forma su decisión no estaría fundamentada en una imagen fiel de las dos empresas ya que parte relevante de la información le sería desconocida.

La empresa A tiene una fuerza de trabajo más flexible y por ello unos beneficios mayores. Pero la empresa B tiene una plantilla de trabajadores más satisfecha con su trabajo, que se siente más valorada y motivada. Esta diferencia en la política laboral tiene un coste que afecta la cuenta de resultados. Pero también tiene una contrapartida clara en forma de menor absentismo, mayor fidelidad de la plantilla evitando que los trabajadores más talentosos pasen a la competencia y convirtiéndose en una empresa deseada por los trabajadores de otras empresas. Ésto disminuye notablemente el riesgo de huelgas y ofrece una buena imagen a las autoridades locales, la ciudadanía, los proveedores, los clientes y los inversores.<sup>24</sup>

---

24 Podría darse el caso que esa mayor productividad que tiene la plantilla de trabajadores de B, cubriera el sobrecoste que dicha empresa tiene a nivel laboral. En tal caso, se podría hablar de “inversión en criterios laborales de ESG”. Pero para evitar complicar el ejemplo con hipotéticos rendimientos de difícil medición, se seguirá trabajando sobre el escenario de costes laborales.

Por tanto se observa que este menor beneficio que la empresa B está obteniendo en la actualidad es un resultado que no recoge los beneficios percibidos por la sociedad derivados del compromiso de la compañía con aspectos de la ESG. Unos aspectos que ofrecen un mayor fundamento y estabilidad a la estrategia de negocio de la empresa B.

No es trabajo de la contabilidad ni voluntad de este estudio determinar cual de los dos modelos es más acertado. Esta es una tarea que tendrán que desarrollar los inversores y los gestores de empresas. Y para hacerlo necesitarán, como se ha explicado, conocer con el mayor detalle posible cada una de las empresas. Pero sí que resulta evidente que esta estabilidad y satisfacción de la fuerza laboral de B tendría que reflejarse en la cuenta de resultados de la empresa.

### *6.2. La ESG como activo intangible*

Estudiar la posibilidad de incorporar el valor de la ESG en el balance de situación requerirá comprobar si cumple con los criterios de registro descritos en el punto 5º del marco conceptual de la contabilidad del Plan General Contable (COL·LEGI D'ECONOMISTES DE CATALUNYA, 2008). En el subpunto primero se dice que:

*“Los activos se deben reconocer en el balance cuando sea probable obtener de ellos beneficios o rendimientos económicos para la empresa en el futuro, y siempre que se puedan valorar con fiabilidad. El reconocimiento contable de un activo también implica el reconocimiento de un ingreso o de otros incrementos en el patrimonio neto”.*

Así pues, para que la ESG llegue a ser considerada un activo se hace necesario demostrar que la ESG constituye una fuente de obtención de beneficios o de rendimientos económicos valorables con fiabilidad. Como se ha demostrado previamente, la ESG cumple con esa consideración y por tanto puede ser considerada un activo según el punto 5º del marco conceptual del Plan General Contable.

Una vez se ha determinado que la ESG puede ser considerada un activo será necesario identificar de qué tipo de activo se trata. Indudablemente debería ser clasificada como un activo inmovilizado. Actualmente en el epígrafe 20 se distinguen las categorías que se detallan a continuación:

- (200) Investigación
- (201) Desarrollo
- (202) Concesiones administrativas
- (203) Propiedad industrial
- (204) Fuentes de comercio
- (205) Derechos de traspaso
- (206) Aplicaciones informáticas
- (209) Anticipos para inmovilizaciones intangibles

No sería acertado situar la ESG dentro de ninguna de estas subcategorías. En estos casos el Plan General Contable, en el punto 6º subpunto f), abre la puerta a integrar en el balance otros inmovilizados intangibles cuando dice:

*“Además de los elementos intangibles citados, existen otros elementos de esta naturaleza que han de ser reconocidos como tales en el balance. Siempre que cumplan las condiciones*

*señaladas en el marco conceptual de la contabilidad, así como los requisitos especificados en las normas de registro y valoración. Entre otros, los siguientes: derechos comerciales, propiedad intelectual o licencias.”*

Las condiciones señaladas en el marco conceptual de la contabilidad a las cuales hace referencia el subpunto f) son las descritas en el punto 5º del mismo apartado.

Más adelante se tratarán las posibles formas de valorar económicamente la ESG. No es una tarea sencilla ya que para valorar económicamente cualquier cosa es necesario poder cuantificarla previamente. Y esto requerirá, en el caso de la ESG, la elaboración de todo un sistema de análisis de base contable que se desarrollará más adelante. Por lo que respecta al resto de requisitos generales para poder ser considerada un activo inmovilizado intangible, no suponen ninguna dificultad para la ESG. Así que hasta este punto se puede concluir que sí que se cumplen los requisitos exigidos por el Plan General Contable.

### *6.3. Dificultades en la activación de la ESG*

Sin embargo, la nueva norma de reconocimiento incorpora también la condición que de que se cumpla también como mínimo uno de los siguientes requisitos:

- Que sea separable, es decir, que pueda ser vendido, cedido, entregado para su explotación, arrendado o intercambiado, ya sea individualmente o juntamente con otros activos o pasivos con los que guarde relación.

- Que emane de derechos legales o contractuales, con independencia que sean transferibles o separables de la empresa.

La ESG no puede ser vendida, cedida, entregada para su explotación, arrendada ni intercambiada. Es el resultado de una forma de relacionarse con el entorno. Esta forma de relacionarse con el entorno puede ser reproducida, pero no intercambiada entre empresas. Una empresa no puede vender ni comprar a otra su ESG, ya que es parte de su idiosincrasia.

El único valor de la ESG que potencialmente sería transmisible es el de la imagen. Si una empresa tiene una ESG fuerte y ésta ha contribuido a la generación o fortalecimiento de la marca comercial, la valoración de dicha marca incorpora necesariamente una parte que corresponde a la ESG. Pero como se ha expuesto, la ESG es mucho más que la simple imagen comercial.

La ESG tampoco emana de derechos legales o contractuales, aunque algunos de sus componentes sí que lo hacen. Así pues, no queda más remedio que reconocer que al no cumplir con ninguno de los dos supuestos que incorpora el Plan General Contable español del 2007, la ESG no tiene cabida en un balance oficial. Pero lejos de asumir esta evidencia como un punto y final en el camino de potenciar la ESG, este estudio proseguirá con la voluntad de lograr ir más allá de la simple asignación de una nota de r ating como forma de valorar la ESG.

Fuera un buen paso hacia adelante mejorar el marco normativo para que en él se permitiera incluir la ESG, que es un activo que cada día está tomando más relevancia a la hora de determinar la imagen fiel de una empresa. Pero no es el objeto de esta tesis doctoral pretender dicho cambio normativo.

Así pues, será necesario proseguir el estudio centrando la atención en las formas de contabilizar la ESG que, aun quedando al margen de la contabilidad oficial fijada por el Plan General Contable, sean útiles para los distintos stakeholders en el análisis de la empresa.

#### *6.4. Aproximación a la cuantificación económica de la ESG*

A pesar de la salvedad apuntada en el apartado anterior resulta oportuno desarrollar una técnica para valorar económicamente la ESG a partir de las normas contables del Plan General Contable español del 2007. Ésta dimensión económica de la ESG puede contribuir todavía más a poner en valor la importancia de la relación de la empresa con su entorno, evidenciando que más allá de apreciaciones subjetivas es posible medir y valorar la ESG.

Para desarrollar ésta técnica se recuperará el ejemplo usado en el epígrafe anterior sobre dos empresas prácticamente iguales, del mismo sector, con el mismo volumen de negocio, pero con un gasto de personal notablemente diferente. Recuérdese que la empresa A mantenía unos costes laborales bajos, mientras que la empresa B los tenía más altos. Esto implicaba un resultado claramente superior en el caso de A respecto al de B.

Si un inversor tuviera que decidir invertir en A o en B lo primero que haría sería tomar los libros de contabilidad y analizarlos. Las cuentas anuales mostrarán dos empresas similares, pero con una diferencia fundamental en su resultado. Ésta será imputable directamente a la distinto coste laboral de cada una de ellas. Al no poder observar más diferencias a través de las cuentas anuales, cualquier decisión de inversión estaría sesgada hacia la empresa A.

Las cuentas de pérdidas y ganancias de las empresas A y B podrían ser, de acuerdo al que hasta ahora se ha expuesto, como las que se muestran en la siguiente tabla:

**Tabla 41. Ejemplo estructura de Pérdidas y Ganancias (PyG)**

	Empresa A	Empresa B
+ Ingresos por Ventas	1000	1000
- Consumos necesarios por producir las ventas	400	400
- Costes Salariales	100	300
- Otros Gastos	200	200
= Margen	300	100
- Amortización	60	60
= Beneficio antes de Intereses e Impuestos	240	40
- Intereses	0	0
= Beneficio antes de Impuestos	240	40
- Impuesto sobre el beneficio de las sociedades (25%)	60	10
= Beneficio Neto	180	30

Fuente: Elaboración propia

Las cifras pueden variar pero el resultado diferencial siempre será proporcional. Si la empresa B paga tres veces más a los trabajadores, tendrá un beneficio seis veces inferior. Se ha supuesto una empresa sin endeudamiento para no introducir el problema del apalancamiento en el ejemplo.

Se puede hacer la suposición que la empresa A tiene una fuerza laboral más flexible y barata que se traduce en unos beneficios mayores. En cambio, la empresa B tiene una fuerza laboral más satisfecha con su puesto de trabajo, que se siente más valorada y motivada. Conseguir esto tiene un coste que repercute negativamente en la cuenta de resultados. Sin embargo, esta política laboral más generosa con los trabajadores también aportará valor a la empresa B en forma de mayor fidelidad, atracción de talento y otros aspectos que permitirán un mayor rendimiento de su mano de obra.

De entrada lo que se puede recomendar es que en el proceso de comparación de las dos empresas se estudie el valor añadido que estas generan. El valor añadido se puede calcular en su versión más simple de la siguiente forma:

**Tabla 42. Valor Añadido**

	Empresa A	Empresa B
+ Ingresos por Ventas	1000	1000
- Consumos necesarios para producir las ventas	400	400
- Otros Gastos	200	200
= Valor Añadido	400	400

Fuente: Elaboración propia

Se comprueba como las dos empresas generan el mismo valor añadido aun que no tengan el mismo beneficio. Esto es porque el concepto de valor añadido informa de la gestión empresarial antes de contabilizar los costes salariales. Es decir, el concepto de valor añadido informa sobre la situación de las cuentas antes de incorporar uno de los elementos más importantes de la responsabilidad social de la empresa, el trato de la propia plantilla de trabajadores.

### *6.5. La contribución de la empresa a los trabajadores y al Estado*

La relación entre la empresa y sus propios trabajadores se incluye dentro del apartado de Gobernanza de la ESG. En consecuencia, la distribución de este valor añadido entre los trabajadores indicará en una gran medida el cumplimiento de la responsabilidad social por lo que a la gestión de los recursos de la empresa se refiere. Algunos podrían defender que la empresa ya cumple con estas responsabilidades de buen gobierno pagando a los trabajadores y pagando sus impuestos. Siguiendo con el ejemplo con el que se está trabajado esto mostraría el siguiente resultado:

**Tabla 43. PyG desde la perspectiva de la Contribución a los Trabajadores y al Estado (CTS)**

	Empresa A	Empresa B
+ Ingresos por Ventas	1000	1000
- Consumos necesarios para producir las ventas	400	400
- Otros Gastos	200	200
= Valor Añadido	400	400
- Costes Salariales	100	300
= Margen	300	100
- Amortización	60	60
= Beneficio antes de Intereses y Impuestos	240	40
- Intereses	0	0
= Beneficio antes de Impuestos	240	40
- Impuesto sobre el beneficio de las sociedades (25%)	60	10
= Beneficio Neto	180	30

Fuente: Elaboración propia

Si se suma la contribución de la empresa a los trabajadores a través del coste salarial y la contribución al Estado a través de los impuestos se comprobará que:

**Tabla 44. CTS**

	Empresa A	Empresa B
Costes Salariales	100	300
Impuesto sobre el beneficio de las sociedades (25%)	60	10
Contribución a los trabajadores y al Estado	160	310

Fuente: Elaboración propia

La empresa B paga casi el doble que la empresa A al Estado y a los trabajadores. En otras palabras, un sistema impositivo proporcional sobre el beneficio no consigue corregir las diferencias que puedan generarse al ofrecer una contraprestación del factor trabajo tan distante.

Los profesores PORTER & KRAMER (2011) denominan este concepto de contribución

social como “*Shared Value*”, que se ha traducido al español como “Valor Compartido”. Sin embargo, ésta es una visión muy simple y en buena medida incompleta de la ESG, como se ha demostrado en el primer capítulo de esta tesis doctoral.

Lo que persigue la ESG es tratar de suplir las deficiencias que presenta un sistema de finanzas públicas basado en las contribuciones tributarias de sus ciudadanos y empresas. Las entidades mercantiles pueden contribuir al bienestar de la sociedad no solamente pagando impuestos, sino con medidas de responsabilidad ambiental, social y de gobernanza que pueden resultar muy eficientes.

#### 6.6. La contribución de la empresa a los inversores

Siguiendo con este razonamiento, será necesario preguntarse como se distribuye el valor añadido para satisfacer la responsabilidad hacia los inversores. Naturalmente los accionistas de las sociedades mercantiles tienen derecho y necesidad de recibir una compensación por el capital que aportan a la empresa. Supóngase el caso en el que las empresas A y B repartieran la misma cantidad de dividendo, por ejemplo, 10:

**Tabla 45. Reservas (R)**

	Empresa A	Empresa B
Beneficio Neto	180	30
Dividendos	10	10
<hr/>		
Reservas	170	20

Fuente: Elaboración propia

Resulta que la empresa A puede ofrecer unas reservas mucho más elevadas que la empresa B. Así que se debe calcular una contribución a los inversores, tal y como antes se ha presentado la contribución de la empresa a los trabajadores y al Estado. Si a la dotación de reservas se le asigna el papel de satisfacer a los accionistas (visión muy

simplista) y se le añade la contribución directa a los trabajadores y al Estado, se obtienen los siguientes resultados:

**Tabla 46. CTS+R**

	Empresa A	Empresa B
Contribución a trabajadores y al Estado	160	310
Reservas	170	20
Contribución a trabajadores, Estado e inversores	330	330

Fuente: Elaboración propia

El resultado que ofrecen las empresas es el mismo. No es ningún juego de números. Si los dividendos suben hasta 30 (el máximo que puede repartir la empresa B), las dos empresas continuarán teniendo el mismo resultado de contribución social más gobernanza.

### 6.7. Formalización económica de la contribución a los trabajadores, al Estado y a los inversores

A continuación se presenta la formalización económica de lo que hasta ahora era un caso particular para poder tratarlo de forma generalizada.

Sea:

Valor Añadido =VA

Costes Salariales = W

Amortización= a

Beneficio Antes de Intereses e Impuestos = BAI

$$(1) B A I I = V A - W - a$$

Intereses =  $I$

Beneficio Antes de Impuestos =  $BAI$

$$(2) \quad BAI = BAI - I$$

Tipo impositivo =  $t$

Impuesto sobre el beneficio de las sociedades =  $BAI \cdot t = \text{Impuesto}$

Beneficio Neto =  $BN$

$$(3) \quad BN = BAI - \text{Impuesto}$$

O combinando todos los términos:

$$(4) \quad BN = VA - W - a - I - \text{Impuesto}$$

A partir de aquí puede formalizarse la contribución a los trabajadores y al Estado =  $CTS$

$$(5) \quad CTS = W + \text{Impuesto}$$

Si se expresa la distribución del beneficio neto entre dividendos y reservas:

Dividendos =  $d$

Reservas =  $R$

$$(6) \quad BN = d + R$$

Aquí se puede empezar a entrever el proceso de distribución del valor añadido:

$$(7) \quad BN = d + R = VA - W - a - I - Impost$$

De donde se puede observar, agrupando términos, el concepto de contribución de la empresa a los trabajadores y al Estado:

$$(8) \quad VA - (W - Impost) - a - I = d + R$$

$$(9) \quad VA - CTS - a - I = d + R$$

Por lo tanto se puede definir la contribución a los trabajadores y al Estado más la contribución a los inversores como: CTS + R

$$(10) \quad CTS + R = W + Impost + R$$

Si se analiza desde la perspectiva del valor añadido:

$$(11) \quad VA - (CTS + R) = d + a - I$$

Dicho de otra forma, cuando la empresa tiene que hacer frente con su valor añadido a la responsabilidad hacia los trabajadores, el Estado y los inversores, lo que queda son los dividendos, la amortización y los intereses.

En el caso en que la empresa no tuviera deudas (no habría pago de intereses) y si la empresa no repartiera su beneficio (dividendo cero), entonces se observaría con claridad que:

$$(12) VA - (CTS + R) = a$$

En el caso extremo de reinvertir todo el beneficio neto en reservas y de no tener que pagar intereses, la contribución a los trabajadores y al Estado más la contribución a los inversores no podrá restar al valor añadido un importe mayor que el de las amortizaciones. De otra forma se estaría incurriendo en amortizaciones negativas, cosa que atentaría claramente contra el principio de empresa en funcionamiento.

Esta cuestión resulta fundamental, pues marca el límite al que la empresa puede llegar en términos de ESG hacia los trabajadores, el Estado y los inversores. Es decir, define la contribución máxima que la empresa puede hacer al estado del bienestar. Esta aportación directa nunca podrá ser mayor que la diferencia entre su valor añadido menos las dotaciones para amortizaciones. Si se vulnerara este límite se quebraría el principio de empresa en funcionamiento y se la estaría condenando a la descapitalización y en última instancia a la disolución.

Todo el sistema de gestión empresarial se fundamenta sobre el primer principio del marco conceptual de las Normas Internacionales de Información Financiera (NIIF), el principio de empresa en funcionamiento. Este principio contable fundamental establece que una empresa ha de mantener los recursos invertidos a lo largo del tiempo. No puede permitir que sus inversiones pierdan valor sin que del margen salga la contraprestación suficiente, conocida como amortización<sup>25</sup>.

Los bienes del activo no corriente no pueden extinguirse, aunque su valor irá disminuyendo en el transcurso del tiempo por el uso o la obsolescencia. Para evitar esta muerte de los activos y por extensión, de la propia empresa, los accionistas renuncian a apropiarse de todo el margen y destina parte de el mismo a las dotaciones

---

<sup>25</sup> Amortización proviene de: a-mors/mortis, es decir, la negación de la muerte.

de amortización. Ésto permite repercutir en el resultado el coste de la depreciación y al mismo tiempo recuperar por la vía de los ingresos esta pérdida de valor de los activos.

Si para la aplicación de la ESG, la empresa repartiera los fondos dotados para amortizar, se quebraría el principio de empresa en funcionamiento. Esto comportaría el inicio de la descapitalización de la empresa y su continuidad en el tiempo solamente sería posible con ampliaciones de capital.

### 6.8. ESG y Valor Añadido

Habiendo llegado a este punto es fundamental aceptar que una empresa nunca puede contribuir a la ESG con las dotaciones de amortización. Si alguien podía pensar que una manera de explicar la incorporación de la ESG en el entorno de la gestión empresarial sería definiendo esta responsabilidad como la distribución del valor añadido:

$$(13) \text{ ESG} = f(\text{Valor Añadido})$$

Ahora ya puede incorporar la siguiente restricción:

$$(14) \text{ VA} - (\text{CTS} + \text{R}) \leq a$$

Si desde una perspectiva de “*policy maker*” se quiere saber cuanto puede contribuir una empresa a la sociedad, se puede aislar el componente CTS + R:

$$(15) \text{ CTS} + \text{R} \leq \text{VA} - a$$

Desde una perspectiva macroeconómica y entendiendo que el PIB es el sumatorio de todo el valor añadido de una sociedad y que la suma de todas las dotaciones de amortización empresariales se encuentran en el Consumo de Capital Fijo (CCF), se descubre que la ESG aplicada a la empresa queda limitada a:

$$(16) \quad CTS+R \leq PIB-CCF$$

Si se generaliza el supuesto incorporando la posibilidad de que haya que pagar intereses y dividendos, entonces la restricción se expresará como:

$$(17) \quad VA-(CTS+R)-d-I \leq a$$

O bien:

$$(18) \quad CTS+R \leq VA-a-d-I$$

Y desde una perspectiva macroeconómica los dividendos y los intereses serían las Rentas de Capital (RC), entonces:

$$(19) \quad CTS+R \leq PIB-CCF-RC$$

Esta formalización permite entender en qué situación se da aquella igualdad de contribuciones entre las empresas A y B. Si se aplica la restricción anterior a las cuentas de pérdidas y ganancias respectivas, se obtiene:

- En caso de pagar unos dividendos de 30:

**Tabla 47. Valor Añadido CTS+R**

	Empresa A	Empresa B
Valor Añadido	400	400
Amortización	60	60
Intereses	0	0
Dividendos	30	30
Contribución a los trabajadores, Estado e inversores	310	310

Fuente: Elaboración propia

- En caso de no pagar dividendos:

**Tabla 48. Valor añadido CTS+R sin dividendos**

	Empresa A	Empresa B
Valor Añadido	400	400
Amortización	60	60
Intereses	0	0
Dividendos	0	0
Contribución a los trabajadores, Estado e inversores	340	340

Fuente: Elaboración propia

Comprobamos así que en ambos casos las dos empresas tienen la misma contribución CTS + R.

Para que la política de dividendos consiga crear una situación de igualdad entre la contribución de las dos empresas hacia el conjunto de CTS + R, será necesario que el dividendo máximo que pague la empresa A ( $d_A$ ) sea el mismo que el que pague la empresa B ( $d_B$ ). En otras palabras, las rentas de capital tendrían que estar limitadas al beneficio obtenido por la empresa que más pague a los trabajadores.

Así pues, aplicando una fórmula genérica se obtiene:

$$(20) d_A = d_B$$

Y debe cumplirse que:

$$(21) d_A = d_B \leq B N_B$$

Desde una perspectiva macroeconómica lo que se está indicando es que las rentas del capital tienen que vincularse a las políticas salariales si se quiere que ambas empresas puedan competir en igualdad de condiciones.

#### *6.9. La valoración económica de la dimensión ambiental (E) de la ESG*

Todo lo que hasta el momento se ha formulado resulta un intento de determinar la contribución a los trabajadores, al Estado y a los inversores. Será necesario tratar ahora otro campo de gran importancia para la ESG, la responsabilidad medioambiental.

La responsabilidad medioambiental se debe calcular también a través de los componentes que dan lugar al valor añadido. Dicho de otra forma, una empresa tiene que explotar los recursos naturales y tratar sus residuos de una forma aceptable para la comunidad y a la vez adecuada para cumplir con su estrategia de negocio.

Pero la responsabilidad medioambiental también implicará la venta de productos y servicios que no supongan un perjuicio para la seguridad ambiental o para la seguridad de la estrategia empresarial.

Si se supone, como a menudo ocurre, que las materias primas que son respetuosas

con el medio-ambiente tienen un precio superior a las que no los son, entonces la empresa que las utilice obtendrá unos resultados peores en términos de generación de valor añadido. A continuación se ilustra este razonamiento con el ejemplo que se ha venido desarrollando sobre las empresas A y B desde el inicio de este capítulo.

Los ingresos son fruto del producto entre el precio de venta y el número de unidades vendidas.

Precio de venta empresa A =  $PV_A$

Precio de venta empresa B =  $PV_B$

Unidades vendidas =  $UV$

$$(22) \text{ Ingresos por Ventas} = PV * UV$$

Para simplificar, supóngase que las dos empresas disponen de la misma tecnología y no tienen existencias finales. Es decir, todo lo que compran lo venden y las dos pueden producir las mismas unidades. Por lo tanto:

Unidades compradas =  $UC$

Que coinciden con las unidades vendidas.

$$(23) UV = UC$$

Las dos empresas pueden comprar a diferentes precios.

Precio de compra empresa A =  $PC_A$

Precio de compra empresa B =  $PC_B$

Así pues los consumos necesarios para producir las ventas (CNPV) se expresarán como:

$$(24) \text{ CNPV} = PC * UV$$

Aprovechando el supuesto de que las dos empresas tienen la misma tecnología, se puede sostener que los Otros Gastos (OG) de la cuenta de Pérdidas y Ganancias sean gastos fijos, independientes de las unidades producidas (que coinciden con las unidades vendidas) e iguales para las dos empresas. Por lo tanto:

La cuenta de Pérdidas y Ganancias mediante el valor añadido quedaría de la siguiente forma:

**Tabla 49. PyG mediante Valor Añadido**

	Empresa A	Empresa B
Ingresos por Ventas	$PV_A * UV$	$PV_B * UV$
Consumos necesarios para producir las ventas	$PC_A * UV$	$PC_B * UV$
Otros Gastos	OG	OG
Valor Añadido	$(PV_A - PC_A) * UV - OG$	$(PV_B - PC_B) * UV - OG$

Fuente: Elaboración propia

Si se aplica la hipótesis de que las empresas venden en mercados de competencia perfecta, entonces el  $PV_A$  tendrá que ser igual al  $PV_B$ . De esta forma el valor añadido resultará:

**Tabla 50. Valor Añadido según ventas y consumo**

	Empresa A	Empresa B
Valor Añadido	$(PV - PC_A) * UV - OG$	$(PV - PC_B) * UV - OG$

Fuente: Elaboración propia

La única diferencia entre la empresa A y la B es el Precio de Compra de las materias primas. Por tanto, la que compre más barato obtendrá mayor margen de beneficio y, por extensión, un mayor valor añadido.

Si se considera que la empresa A compra materia primeras que no han sido extraídas con criterios medioambientales podrá obtenerlas más baratas. Siguiendo con los datos iniciales, el ejemplo contemplará que:

$$PV = 10$$

$$UV = 100$$

$$PC_A = 4$$

$$PC_B = 5$$

$$OG = 200$$

Y el valor añadido resultará:

**Tabla 51. Aplicación fórmulas Valor Añadido**

	Empresa A	Empresa B
Ingresos por Ventas	1000	1000
Consumos necesarios para producir las ventas	400	500
Otros Gastos	200	200
Valor Añadido	400	300

Fuente: Elaboración propia

En este ejemplo se observa que la empresa B genera un valor añadido menor aún siendo la que tiene un comportamiento más responsable a nivel ambiental. Esta situación sitúa a la empresa B en una posición de inferioridad.

Así, desde el punto de vista social se perjudica al conjunto de la comunidad ya que, a menor valor añadido menor podrán ser las contribuciones a los trabajadores, al Estado y a los inversores.

En este caso al “*policy maker*” no le quedará más remedio que incidir en los precios de compra. Podría modificar el precio de venta cargando con tasas especiales los productos elaborados sin respetar los criterios ambientales. Otra alternativa sería la de actuar sobre los precios de compra penalizando a la empresa que se aprovisionara sin tener en cuenta los criterios medioambientales con los que se ha producido la materia primera que está adquiriendo o bien penalizando a dicha empresa con Otros Gastos adicionales. La última alternativa es subvencionar a la empresa que aplique criterios medioambientales en el funcionamiento de su negocio.

Todas estas actuaciones tienen como objetivo ajustar el valor añadido. Desde gobiernos centrales a entidades locales de todo el mundo, hace algunos años que se han empezado a aplicar estas tres tácticas de forma coordinada y la tendencia en su intensidad es claramente creciente. No obstante, es necesario remarcar que las tres alternativas suponen graves injerencias en los mercados de libre competencia amenazando con la posibilidad de crear disfuncionalidades.

La alternativa a la intervención del regulador para lograr compensar esta desigualdad en el valor añadido pasa por no afectar los consumos de aprovisionamiento o a otros gastos, sino por afectar directamente a los ingresos por ventas. Esta tarea está en manos de la ciudadanía como agente consumidor y no en manos de los órganos reguladores.

La concienciación social cada vez más grande por lo que se refiere a los asuntos medioambientales está consiguiendo que ante un producto similar el consumidor esté

dispuesto a pagar un sobrecoste ya sea en precio o bien en calidad. Pero se debe ser prudente y aceptar que este sobrecoste que voluntariamente asume el consumidor tendrá un límite.

Pero antes de complicar las cosas añadiendo a las ecuaciones esta nueva variable de muy difícil apreciación, es preferible seguir con el modelo simplificado que permite hacerse una idea general de las implicaciones de la ESG a nivel medioambiental.

Si se toma la cuenta de Pérdidas y Ganancias completa de las empresas A y B se podrá observar su contribución hacia los trabajadores, el Estado y los inversores. A partir de la observación del conjunto se descubrirán posibles políticas a implantar para mejorar la competitividad de las empresas que actúan según los criterios de la ESG.

**Tabla 52. PyG desarrollado**

	Empresa A	Empresa B
Ingresos por Ventas	1000	1000
Consumos necesarios para producir las ventas	400	500
Otros Gastos	200	200
Valor Añadido	400	300
Costes Salariales	100	300
Margen	300	0
Amortización	60	60
Beneficio antes de Intereses e Impuestos	240	-60
Intereses	0	0
Beneficio antes de impuestos	240	-60
Impuesto sobre el beneficio de las sociedades (25%)	60	-15
Beneficio Neto	180	-45

Fuente: Elaboración propia

Las contribuciones sociales se verán afectadas por este impuesto negativo, un crédito fiscal. La empresa B tiene unas pérdidas de 45, pero su contribución social sigue siendo positiva, aunque menor que los 310 de la primera situación que se ha estudiado:

**Tabla 53. CTS desarrollado**

	Empresa A	Empresa B
Costes Salariales	100	300
Impuesto sobre el beneficio de las sociedades (25%)	60	-15
Contribución a trabajadores y Estado	160	285

Fuente: Elaboración propia

La distribución de los Beneficios Netos tendrá una restricción adicional, la empresa B no tiene beneficios positivos y por lo tanto no puede repartir dividendos:

**Tabla 54. CTS+R desarrollado I**

	Empresa A	Empresa B
Contribución a trabajadores y Estado	160	285
Reservas	150	-45
Contribución a trabajadores, Estado e inversores	310	240

Fuente: Elaboración propia

Se observa así como la empresa B se descapitaliza por importe de 45, que es lo que indican estas reservas negativas. Por culpa de una política responsable en el ámbito medioambiental, contribuyendo con 240, los accionistas tienen un coste de 45.

Se puede, por lo tanto, cuantificar que una actuación responsable cuesta 45. Así pues debe cumplirse la siguiente restricción:

$$(25) \quad V A - (CTS + R) - d - I \leq a$$

Las reservas (R) han de ser negativas, reduciendo así las contribuciones hacia los inversores.

La pérdida de contribución hacia los trabajadores, el Estado y los inversores de la empresa B es de 70, que se puede descubrir a partir de los siguientes datos:

**Tabla 55. CTS+R desarrollado II**

	Empresa A	Empresa B
Valor Añadido	400	300
Amortización	60	60
Intereses	0	0
Dividendos	30	0
Contribución a trabajadores, Estado e inversores	310	240

Fuente: Elaboración propia

Las políticas públicas de mercado deberán procurar que el valor añadido no quede afectado por la consecución de costes menores al no tener en cuenta los criterios medioambientales. Como se ha comentado, estas políticas de encarecimiento artificial de precios o de subvención serán con cargo, en última instancia, del consumidor.

Pero esto no deberá suponer necesariamente una pérdida para él. Si bien su poder adquisitivo se verá afectado, lo que estarán logrando estas políticas públicas de mercado es trasladar el coste ambiental de la actividad empresarial a la propia empresa.

Toda actuación empresarial no respetuosa con el medio-ambiente representa un coste ambiental que acaba repercutiendo en el conjunto de la sociedad. Así pues, cuando una empresa consigue bajos costes a raíz de no respetar al medio-ambiente, lo que está haciendo es externalizar este coste ambiental cargándolo directamente a la sociedad.

Una política pública de mercado que pretendiera equilibrar las diferencias entre las empresas respetuosas con el medio-ambiente y las que no los son, debería centrar sus

esfuerzos en calcular este coste ambiental y aplicar medidas para forzar la internalización de esos costes a las empresas que no lo hacen por iniciativa propia.

De esta forma el consumidor no estaría sufriendo perjuicio alguno. Simplemente se estaría trasladando a la empresa lo que esta generara. Esto es, un coste que antes pesaba sobre la sociedad y que permitía obtener beneficios a las empresas que lo causaban mientras generaba una dura competencia a las empresas que lo evitaban, haciéndolas inviables.

Ahora el coste ambiental pesará sobre quien lo cause, y sí, lo más probable es que la empresa no respetuosa con el medio-ambiente repercuta este coste a sus precios de venta. Esto será lo que permitirá a las empresas respetuosas con el medio-ambiente competir en igualdad de condiciones, ya que cada cual asumirá la totalidad de sus costes.

Tómese como ejemplo que la empresa A mantiene unos costes de aprovisionamiento inferiores a los de B gracias a no cumplir los criterios medioambientales. La diferencia entre estos costes de aprovisionamiento podría ser una forma sencilla de calcular el coste ambiental, aunque para ser más exacto sería necesario un análisis extremadamente complejo. Así pues, simplificando este supuesto se observa que si la empresa A tiene unos consumos de 300 y la empresa B los tiene de 400, el coste ambiental será de 100.

**Tabla 56. Valor Añadido sin corrección E**

	Empresa A	Empresa B
Ingresos por Ventas	1000	1000
Consumos necesarios para producir las ventas	300	400
Otros Gastos	200	200
Valor Añadido	500	400

Fuente: Elaboración propia

Se observa pues que este coste medioambiental que es internalizado por la empresa B causándole un decremento del valor añadido, es externalizado por la empresa A haciéndola más competitiva.

Lo que no se debe perder de vista es que este coste ambiental existe, que es real y apreciable por la calidad de vida de la ciudadanía y que posiblemente termine derivando en otros costes para las administraciones públicas que tendrán que mitigarlo.

Por tanto, si una política pública de mercado internaliza este coste y lo carga a la empresa que lo ha causado, ya sea por un encarecimiento de los consumos o por un incremento de otros gastos (como figura en el siguiente ejemplo), lo que está haciendo es igualar las condiciones de competencia de las dos empresas logrando que cada una responda de sus propios costes.

**Tabla 57. Valor Añadido con corrección E**

	Empresa A	Empresa B
Ingresos por Ventas	1000	1000
Consumos necesarios para producir las ventas	300	400
Otros Gastos	300	200
Valor Añadido	400	400

Fuente: Elaboración propia

Retomando la situación de las empresas que se había puesto como ejemplo al inicio del capítulo, la suma de las contribuciones a los trabajadores, al Estado y a los inversores de las empresas A y B era de 620 (310+310), considerando el pago de dividendos máximos para la empresa B:

**Tabla 58. CTS+R ejemplo inicial**

	Empresa A	Empresa B
Valor Añadido	400	400
Amortización	60	60
Intereses	0	0
Dividendos	30	30
Contribución a trabajadores, Estado e inversores	310	310

Fuente: Elaboración propia

Con la introducción de las políticas de respeto medioambiental, la suma del total de las contribuciones de las dos empresas según la tabla 55 es de  $310+240= 550$ . Esta diferencia de 70 será la que el regulador tendrá que compensar si quiere mantener la calidad medioambiental del entorno y permitir la supervivencia de empresas respetuosas con el medio-ambiente.

Esto significa que al introducir la restricción medioambiental que se denominará E, la partida de reservas se verá condicionada hasta el punto de poder llegar a ser negativa. Calculándolo de forma genérica se obtiene que:

Sea E el coste de las medidas de protección del medio-ambiente, aparece el concepto de valor añadido después de aplicar medidas medioambientales ( $VA_E$ ):

$$(26) \quad VA_E = VA - E$$

Si se quiere evitar la descapitalización de la empresa, el Beneficio Antes de Intereses e Impuestos no puede llegar nunca a ser negativo. La aplicación de medidas medioambientales no debe provocar pérdidas a la empresa, por lo tanto, aprovechando la ecuación que se ha presentado anteriormente:

$$(27) \ B A I I = V A - W - a$$

Introduciendo el nuevo  $VA_E$ , se obtiene la nueva ecuación y restricción:

$$(28) \ B A I I_E = V A_E - W - a \geq 0$$

Que también se puede escribir:

$$(29) \ B A I I_E = (V A - E) - W - a \geq 0$$

Y que permite expresar:

$$(30) \ B A I I_E = V A - W - a \geq E$$

En consecuencia, el modelo de ESG en función del valor añadido presenta dos restricciones:

$$(31) \ V A - (CTS + R) - d - I \leq a$$

$$(32) \ B A I I_E = V A - W - a \geq E$$

Compactando las dos restricciones se puede encontrar una ecuación que englobe toda esta información si se substituye el valor añadido de la primera restricción por el valor añadido después de hacer frente a las medidas medioambientales,  $VA_E$ :

$$(33) \ V A_E - (CTS + R) - d - I \leq a$$

$$(34) (VA - E) - (CTS + R) - d - I \leq a$$

Que agrupando los términos permite ver el impacto de la ESG sobre la empresa:

$$(35) VA - (CTS + R + E) - d - I \leq a$$

Resumiendo todo lo que se ha tratado hasta ahora se puede afirmar que los costes de mantener una política respetuosa con el medio-ambiente reducirán el valor añadido. Pero estos no podrán superar nunca el límite fijado por las dotaciones de amortización ya que son las que garantizan el principio de empresa en funcionamiento.

El coste de ser respetuoso con el medio-ambiente por parte de las empresas no puede superar esta limitación:

$$(36) (VA) - (CTS + R) - d - I \leq a + E$$

$$(37) E \leq VA - (CTS + R) - d - I - a$$

Con esta fórmula se llega al final de un desarrollo matemático basado en los criterios establecidos por el Plan General Contable que ha permitido un acercamiento al valor de las variables de la ESG que tienen relación con los trabajadores, los tributos, los inversores y el medio-ambiente. Se ha demostrado que la ESG se puede hacer aflorar de la contabilidad oficial y que se puede conocer así su valor monetario.

Ésto avala la posible inclusión de la ESG en un futuro plan general contable. Pero sobretodo demuestra a los escépticos que la responsabilidad social de las empresas es algo real y cuantificable.



## Conclusiones

Al iniciar esta tesis doctoral se había fijado como objetivo principal el desarrollo de un modelo de análisis que permitiera internalizar el valor potencial de la ESG. Para conseguirlo era necesario que se cumplieran otros cuatro objetivos secundarios. Llegados al final del estudio es momento de descubrir hasta que punto se ha logrado aquello que inicialmente se proponía.

El primero de los objetivos secundarios anunciaba la necesidad de determinar la relevancia de la responsabilidad social de las empresas más allá de su valor como herramienta de comunicación corporativa. Para alcanzar este objetivo, en el primer capítulo se han expuesto los orígenes de la responsabilidad social y los factores que han modulado su desarrollo. Su importancia más allá de la comunicación corporativa ha quedado probada en el segundo capítulo, donde a través de distintos ejemplos reales se ha expuesto su atractivo para los distintos stakeholders y su gran potencial para prevenir riesgos y consolidar la viabilidad de la empresa a largo plazo.

El segundo objetivo secundario era la demostración de que la ESG presenta notables mejoras respecto a la RSC para analizar la relación que la empresa establece con su entorno. En el primer capítulo se ha descubierto la diferencia entre ambos conceptos. Se ha podido observar que la RSC ha jugado un papel muy importante popularizando la preocupación sobre las relaciones que establecen las empresas con su el entorno. No obstante, su indefinición y su carácter filantrópico dificultan el desarrollo de una tarea analítica.

En cambio, el concepto ESG muestra una estructura clara al dividir la relación de la empresa con su entorno en tres pilares: *Environmental*, *Social* y *Governance*. A la vez,

presenta una visión pragmática de la responsabilidad social en la que se admite el beneficio económico como principal objetivo de las empresas. Todo ello convierte la ESG en un concepto más adecuado que la RSC a la hora de desarrollar un sistema de análisis de la relación entre las empresas y su entorno.

En el tercer capítulo se ha conocido el creciente mundo de las Inversiones Socialmente Responsable. De la mano de la gestora de valores y fondos de inversión GVC Gaesco se han descubierto las dificultades para conocer la ESG de las empresas. Y para justificarlo se han expuesto los principales sistemas de análisis existentes. Todo ello ha servido para contextualizar el tercer objetivo secundario, que propone demostrar que la ESG puede ser parametrizada de forma contrastable, objetiva, cuantificable y comparable.

Para demostrarlo, se ha observado que la responsabilidad social de las empresas puede ser dividida en diferentes variables. Cada una de ellas puede nutrirse de información contrastable con documentos presentados a las administraciones públicas. Se ha demostrado que es posible definir dichas variables con suficiente rigor como para garantizar la objetividad en su valoración.

Para cada variable se ha diseñado un proceso de cuantificación que permite posteriormente asignarle una calificación alfabética. Éste resultado resulta fácilmente comparable entre distintas empresas y también para distintos periodos temporales de una misma empresa, cumpliendo así el tercer objetivo secundario.

El cuarto objetivo secundario pedía definir una metodología de base contable a partir de la cual descubrir el valor de la ESG. Una vez demostrado que la ESG se podía parametrizar de forma contrastable, objetiva, cuantificable y comparable, se abría la

puerta a analizarla a partir de las normas del Plan General Contable. En el sexto y último capítulo se han demostrado que algunos componentes de la ESG como el respeto al medio-ambiente y la contribución de la empresa a los trabajadores, al Estado y a los inversores, pueden analizarse siguiendo la metodología contable y con ello es posible hacer aflorar su valor monetario.

Así pues, se ha logrado cumplir con el último de los objetivos secundarios. Con ello se ha abierto una línea de investigación que puede llevar al afloramiento del valor contable de toda la ESG de una empresa.

Y con el cumplimiento de los cuatro objetivos secundarios se ha allanado el camino para cumplir con el objetivo principal, que proponía desarrollo de un modelo de análisis que permitiera internalizar el valor potencial de la ESG. El modelo *ESG Audit* es la respuesta al objetivo principal de esta tesis doctoral. A partir de los logros alcanzados en el cumplimiento del tercer objetivo secundario se ha desarrollado un modelo de análisis basado en los principios de representatividad, simplicidad, fiabilidad y cuantificabilidad de sus variables.

El modelo *ESG Audit* supone una innovación respecto a las actuales metodologías de análisis de la responsabilidad social de las empresas. Parte de un cuestionario de 52 preguntas que la empresa auditada deberá responder. Todas las respuestas son contrastables con documentación que la empresa tiene que presentar a las administraciones públicas o con informes sindicales y de asociaciones de consumidores.

Esta información sirve para valorar un total de 30 variables representativas de la ESG. Para cada uno de los tres pilares *Environmental*, *Social* y *Governance*, se han definido

10 variables. Dichas variables se han seleccionado a partir del Método Delphi, es decir, a partir de la recomendación de expertos en distintos ámbitos. Todas ellas se definen rigurosamente evitando que en su valoración intervengan la subjetividad del analista.

Para cada una de las variables se ha diseñado una función que permite transformar la información contrastable aportada por el cuestionario de auditoría en una calificación alfabética donde A es la mejor puntuación y D la peor. Para el diseño de este sistema de calificación se ha tomado como referencia la metodología usada por las agencias de calificación de riesgo.

Una vez definido el r ating de cada variable, un sistema de fórmulas permite transformar la calificación alfabética en un valor numérico para calcular el r ating global de ESG de la empresa auditada. El r ating global también ser a expresado con una calificación alfabética donde A es la mejor puntuación y D la peor.

El modelo *ESG Audit* presenta así una información sintetizada y fácilmente comparable de la relación de una empresa con su entorno ambiental, social y de gobierno corporativo. Los r atings individuales permitir an analizar detalladamente los puntos fuertes y débiles de la ESG de la empresa auditada. Mientras que el r ating global facilitar a la elaboración de estadísticas y la comparación del ESG entre distintas empresas o para una misma empresa en distintos periodos temporales.

Para demostrar la viabilidad práctica del modelo *ESG Audit* se ha auditado una gran empresa nacional (Corporación Alimentaria de Guissona), dos Pymes (Giropark y TADIFI), una fundación (Fundación FEM) y una asociación (Asociación ACDEM). Con éstos cinco casos prácticos se ha demostrado el potencial del modelo.

Al inicio de esta tesis doctoral también se habían anunciado cuatro hipótesis. La primera anticipaba que la ESG es una herramienta que permite mejorar las cuentas de resultados de las empresas a medio y largo plazo, cualidad que ha quedado demostrada a partir de la exposición de distintos casos de empresas líderes en sus sectores en el segundo capítulo.

La segunda preveía que las relaciones que las empresas establecen con su entorno son parametrizables, cosa que también se ha demostrado con el diseño de este innovador modelo de análisis de la ESG.

La tercera hipótesis anticipaba que es posible resumir la ESG de las empresas mediante un sistema de r ating. Una vez más, el modelo *ESG Audit* ha confirmado la hipótesis.

La cuarta y última hipótesis anunciaba que existe un valor inherente a la ESG que puede ser integrado a la contabilidad. En la primera parte de esta tesis doctoral, la parte teórica, se han expuesto evidencias que existe un valor inherente a la ESG. Ya en la segunda parte, en el capítulo 4 y 5, se ha demostrado que este valor puede ser medido de forma aproximada. Con el desarrollo planteado en el sexto capítulo se abre la puerta a conseguir un sistema que defina el valor monetario de la ESG. Así pues, ese valor inherente a la ESG parece existir pero no se ha logrado definir con precisión. También se ha intuido la forma como podr a ser integrado al sistema contable. Pero si una cosa ha quedado clara es que la ESG no tiene cabida en el actual Plan General Contable español.

En resumen, esta tesis doctoral ha cumplido con los objetivos propuestos. En ella, se ha desvelado la importancia de la relación que las empresas establecen con su entorno

y se ha definido el potencial que la ESG presenta para darle respuesta. También se ha diseñado un innovador modelo de valoración de la responsabilidad social de las empresas y se ha comprobado su eficacia mediante 5 casos prácticos. Por último, se ha puesto la primera piedra para el estudio de la ESG según criterios contables.

## **Futuras líneas de investigación**

Esta tesis doctoral ha demostrado que la relación de la empresa con su entorno tiene gran importancia estratégica. En primer lugar se ha demostrado que se puede analizar en términos cuantitativos. En segundo lugar se ha puesto de relieve que se puede hacer aflorar su valor monetario. Ambos puntos representan una innovación en el campo de la responsabilidad social corporativa.

Son dos nuevas líneas de investigación que permitirán a la ESG ganar notoriedad en los departamentos de contabilidad, control de calidad, desarrollo estratégico, recursos humanos y gerencia. Pero las ideas expuestas en este estudio no son más que el primer paso de un largo camino hasta demostrar el potencial de la ESG tanto para las empresas como para el conjunto de la sociedad.

El modelo de r ating aquí propuesto ha cumplido con el objetivo para el cual ha sido diseñado: demostrar que es posible analizar la ESG de forma contrastable, objetiva, cuantificable y comparable. Pero a partir de aquí se deberá mejorar para sacar de él el mayor partido práctico.

Será necesario mejorar la toma de información. El modelo *ESG Audit* ha sido diseñado principalmente para ser usado en empresas que tengan su actividad principal en España. La mayor parte de los datos son tomados del Impuesto de Sociedades, las Declaraciones Ambientales y las Declaraciones a la Seguridad Social. Para que el modelo pueda ser usado para empresas de todo el mundo se deberán analizar las distintas posibilidades que ofrezcan las legislaciones ambientales, laborales y fiscales de cada país. Es imprescindible garantizar la veracidad de la información usada para el análisis.

También será importante lograr colaboraciones para facilitar la contrastación de los datos tomados. Puede ser muy beneficioso establecer acuerdos con los principales sindicatos, asociaciones de consumidores y organizaciones medioambientales de cada país. Esto ayudará a garantizar que toda la información usada sea verídica. También deberá establecerse un régimen sancionador para aquellas empresas que ofrezcan información falseada.

Por otra parte, será positivo incorporar algunas nuevas variables que permitan dar una imagen más completa de la ESG. Como más concreta sea cada variable más detallada será la imagen que se obtendrá de la empresa. Pero este trabajo para complementar las variables deberá ser respetuoso en todo momento con el criterio de sencillez. Se deberá estar muy atento también a la hora de evitar variables que se sobrepongan y distorsionen así la imagen creando sobreponderaciones de algunos aspectos de la ESG.

Y por último se deberán revisar los procesos de ponderación y de calificación. Con la imprescindible colaboración de expertos en distintos campos de la ESG se deberán fijar las escalas de valoración de cada variable. Ésto tiene que permitir alcanzar unos ratings individuales los más precisos posibles según las necesidades de la sociedad y las capacidades de las empresas.

A partir de aquí se podrá desarrollar una aplicación informática que de forma rápida y sencilla permita empezar a trabajar en el análisis del mayor número posible de empresas de todo el mundo.

Y para gestionar la información que de estos análisis resulte, será necesario desarrollar también sistemas estadísticos y de comparación. Se deberán crear estadísticas

temporales para cada empresa, estadísticas sectoriales, de ámbito geográfico, por tamaño de la empresa y cuantas más sean necesarias para facilitar la utilización de los datos que el modelo de r ating ofrezca.

Otra línea de investigación será la que se deberá encargar del sistema de contabilización de la ESG. En esta tesis doctoral se han esbozado las primeras líneas de un sistema que permita aflorar el valor monetario de la ESG a partir de procesos de base contable. Se han diseñado algunas fórmulas y restricciones y se han propuesto algunos ejemplos. Pero todo ello ha sido a partir de supuestos simplificados. A partir de aquí será necesario entrar en detalle y estudiar de forma analítica y minuciosa cada aspecto de la ESG para descubrir en que parte de la contabilidad oficial se esconde su valor monetario.

Una vez se hayan hecho aflorar los valores que integran la ESG, se podrá trabajar para analizar como las alteraciones en la ESG de las empresas pueden afectar a su activo, su pasivo y su cuenta de resultados. Si esto se lograra ser a un paso que podr a justificar la inclusión de la ESG dentro del Plan General Contable.



## Bibliografía

- AMNISTÍA INTERNACIONAL. (2015). *Informe 2014/15 Amnistía Internacional: La situación de los derechos humanos en el mundo*. Peter Benenson House.
- ANDERSEN, A. (1998). *Diccionario de economía y negocios*. Espasa-Calpe, Madrid.
- ANDREU, A. (2011). *RSC 2.0: Una herramienta de competitividad para el futuro*. Revista Telos nº 79.
- ANDREU, A., & DE LA MORENA, J. (2014). *Europa y Responsabilidad Social Corporativa: Una alianza positiva*. El País 3 Julio 2014.
- AYUNTAMIENTO DE BARCELONA. (2015). *Plan de Movilidad Urbana de Barcelona PMU 2013-2018*. Ayuntamiento de Barcelona.
- BALAGUER, M. (2007). *El desarrollo de la inversión socialmente responsable en España*. Cáritas española ediciones.
- BARNARD, C. (1938). *The functions of the executive*. Cambridge, MA: Harvard University Press.
- BARON, D., HARJOTO, M., & JO, H. (2009). *The economics and politics of corporate social performance*. Graduate School of Business Research Paper No. 1993-Rock Center for Corporate Governance Working Paper No. 45.
- BASSEN, A., & KOVACS, A. (2008). *Environmental, Social and Governance key performance indicators from a capital market perspective*. Zeitschrift für Wirtschafts- und Unternehmensethik 9 (2008), 2, pp. 182-192.
- BAUER, R., KODIJK, K., & OTTEN, R. (2002). *International evidence on ethical mutual fund performance and investment style*. Journal of Banking & Finance 29 (2005) 1751–1767.
- BEDER, S. (2002). *BP: Beyond Petroleum?.in Battling Big Business: Countering greenwash, infiltration and other forms of corporate bullying*, edited by Eveline Lubbers, Green Books, Devon, UK, 2002, pp. 26-32.

- BHATTACHARYA, C. (2009). *Corporate Social Responsibility: It's all about marketin* Free Issues on Forbes g. 11/20/2009.
- BOWEN, HR. (1953). *Social responsibilities of the Businessman*. New York, Harpers, Series: Ethics and Economics for Society.
- CALHOUN, C. (1993). *New social movements of the early nineteenth century*. Social Science History Volume 17 Issue 03 Fall 1993, pp 385-427.
- CANCINO, C. & MORALES, M. (2008). *Responsabilidad Social Empresarial*. Serie Documento Docente N°1, Diciembre 2008, Facultad de economía y negocios de la Universidad de Chile.
- CANTONNET, M., & ALDASORO, J. (2012). *Diferencias en la normativa sobre la gestión de residuos de las comunidades autónomas en España*. Actualidad Jurídica Ambiental, 3 de diciembre de 2012.
- CARPENTER, G., & WYMAN, O. (2009). *Shedding light on responsible investment: approaches, returns and impacts*. Mercer, November 2009.
- COL·LEGI D'ECONOMISTES DE CATALUNYA. (2008). *Nou Pla General de Comptabilitat*. Col·legi d'economistes de Catalunya.
- COMMISSION OF THE EUROPEAN COMMUNITIES. (2001). *Green Paper: Promoting a european framework for corporate social responsibility*. Comission of the European Communities', Brussels, 18 July 2001.
- CORDERO, D. (2015). *Las amenazas de BCN World. Un informe de la Generalitat advierte sobre el impacto del macrocomplejo en la zona*. El País, Madrid, 22 de Marzo de 2015.
- DAVIS, K. (1960). *Can business afford to ignore social responsibilities?*. California Management Review, Vol. 2 No. 3, Spring, 1960; (pp. 70-76) DOI: 10.2307/41166246.
- DE ANCOS, J. (2016). *Código laboral y de la Seguridad Social*. Boletín Oficial del Estado 11 de febrero de 2016.
- DOMINGUEZ, I., ENCIAS, B., & DEVESA, M. (2013). *La reforma del sistema de*

- pensiones español*. Instituto de Estudios Fiscales, Madrid.
- ESCOHOTADO, A. (2013). *Los enemigos del comercio: Una historia moral de la propiedad II*. Espasa -Calpe, Madrid.
  - FERNANDEZ, R. (2009). *Responsabilidad Social Corporativa*. Editorial club universitario, Alicante.
  - FLAMMER, C., & KACPERCZYK, A. (2013). *The impact of stakeholder orientation on innovation: evidence form a natural experiment*. Management Science.
  - FLAMMER, C., & LUO, J. (2014). *Corporate Social Responsibility as a remedy for moral hazard?*. In: Academy of Management Proceedings. Academy of Management, 2014. p. 17047.
  - FREEDMAN, E., & REED, D. (1983). *Stockholders and Stakeholders: a new perspective on corporate governance*. California management review, 25.3: 88-106.
  - FULFORD, B. (2003). *Ziping up the world*. Forbes Magazine.
  - FUNDACIÓ FÒRUM AMBIENTAL. (1999). *Contabilidad ambiental: medida, evaluación y comunicación de la actuación ambiental de la empresa*. Fundació fòrum ambiental, Barcelona.
  - GUITART, L. (2005). *La rotura de la cadena de valor como consecuencia de la subcontratación*. Universitat de Barcelona, Tesis Doctoral.
  - HERBERT, B. (1996). *Nike's pyramid scheme*. The New York Times 10 Junio.
  - HUMBLET, M., ZARKA-MARTRES, M., (et al). (2001). *Las normas internacionales del trabajo: un enfoque global*. Publicaciones de la OIT, Organización Internacional del Trabajo.
  - IBAÑEZ, J. (2004). *Responsabilidad social de la empresa y finanzas sociales*. Akal Grupo Editorial, Colección: Sociedad, Cultura y Educación.
  - ISO. (2014). *ISO standards catalogue*. ISO.
  - KRAUSS, C., & SCHWARTZ, J. (2012). *BP will plead guilty and pay over \$4 billion*. The New York Times 15 de Noviembre.

- KREP, T. (1940). *Measurement of the social performance of business*. U.S. government printing office. Washington.
- LARKIN, A. (2013). *Environmental debt*. Palgrave Macmillan Trade.
- LOCH, C., STING, F. (et al). (2010). *How BMW is defusing the demographic time bomb*. Harvard business review., Marzo 2010.
- MAYOL, G. (2014). *La Fageda: exemple de rendibilitat econòmica i social*. Ara Balears, 30 de Mayo.
- MONDY, R. & NOE, R. (2005). *Administración de recursos humanos*. Pearson Education.
- NERIN, G. (2011). *Blanco bueno busca negro pobre: una crítica a los organismos de cooperación y las ONG. El turbio trasfondo de la ayuda humanitaria*. Roca editorial. 19-9-11.
- PAREDES, J., RODRIGUEZ, J., & DE LA CUESTA, M. (2015). *Measuring Corporate Social Responsibility using composite indices: mission impossible?*. Universidad Nacional de Educación a Distancia.
- PARLAMENTO EUROPEO. (2012). *Directiva 2012/27/UE*. DOUE.
- PLANELLES, M. (2015). *La Cumbre de París cierra un acuerdo histórico contra el cambio climático*. El País. 14-12-2015.
- PORTER, M., HILLS, G. (et al). (2011). *Measuring shared value. How to unlock value by linking social and business results*. FSG.
- PORTER, M., & KRAMER, M. (2011). *Creating shared value*. Harvard. Febrero 2011.
- PRAHALAD, C., & HART, S. (2002). *The fortune at the bottom of the pyramid*. Booz Allen Hamilton Inc. 10-1-2002.
- PRICE WATERHOUSE COOPER. (2011). *World's first environmental profit and loss account*. Puma.
- RINGOV, D. & ZOLLO, M. (2007). *The impact of national culture on corporate social performance*. The international journal of business in society.

- SALVADOR, R. (2016). *Amazon tendrá un centro de reparto exprés en Barcelona*. La Vanguardia. 13-1-16.
- SEGARRA, J.A. (2011). *La Fageda: otra empresa es posible*. Universia business review. Abril 2011.
- SGE 21. (2008). *SGE 21 2008. Sistema de gestión ética y socialmente responsable*. Forética.
- SIMANIS, E. & DUKE, D. (2014). *Profits at the bottom of the pyramid*. Harvard business review. Octubre 2014.
- SOCIAL ACCOUNTABILITY INTERNATIONAL. (2013). *SA8000 Guidance – 2008 standard*. SAI.
- STRANDBERG, L. (2010). *La responsabilidad social corporativa en la cadena de valor*. IESE. Cátedra “la Caixa” de Responsabilidad Social de la Empresa y Gobierno Corporativo. 6-4-10.
- TURNER, L. (2013). *Does CSR boost shareholder value?*. Network for business sustainability. 9-11-2013.
- UGT. (2011). *Impuestos en España: algunos datos y algunas ideas*. Secretaría de acción coordinación área externa. Gabinete técnico confederal. UGT. 12-11-2011.
- UNITED NATIONS ENVIRONMENTAL PROGRAMME. (2007). *UNEP 2007 Anual Report*. United Nations Environmental Programme.
- UNITED NATIONS. (2014). *Introducing responsible investment*. United Nations principles for responsible investment.
- VIDAL, I. & MORROS, J. (2014). *Responsabilidad social sostenible GRI e ISO 26000*. FC editorial.
- WALDMAN, A., DE LUQUE, M. (et al). (2006). *Cultural and leadership predictors of corporate social responsibility values of top management: a glove study of 15 countries*. Journal of international business studies.
- WAZIR, B. (2001). *Nike accused of tolerating sweatshops*. The Guardian. 20-5-2001.

- WORLD BANK INSTITUTE. (2003). *Public policy for Corporate Social Responsibility*. World bank institute. WBI series on corporate responsibility, accountability, and sustainable competitiveness. Julio 7-25, 2003.

## Webgrafía

- AGENCIA EFE. (2012). *Greenpeace protesta contra la utilización de "productos tóxicos" en Zara*. (Consulta Diciembre, 2013). Disponible en: [www.efe.com](http://www.efe.com)
- BME. 2015. *Índices Ibex*. (Consulta Diciembre, 2015). Disponible en: [www.bolsademadrid.es](http://www.bolsademadrid.es)
- CATALUNYACAIXA. (2012). *CatalunyaCaixa devuelve el euro por receta a sus clientes pensionistas*. (Consulta Noviembre, 2013). Disponible en: [www.catalunyacaixa.com](http://www.catalunyacaixa.com)
- COCA-COLA. (2014). *Coca-Cola y las Tablas de Daimiel*. (Consulta Enero, 2015). Disponible en: [www.cocacolaespana.es](http://www.cocacolaespana.es)
- COCA-COLA. (2014). *Coca-Cola y el agua*. (Consulta Enero, 2015). Disponible en: [www.cocacolaespana.es](http://www.cocacolaespana.es)
- CRANE, A. & MATTEN, D. (2014). *Four big problems with "Creating Shared Value"*. (Consulta Abril, 2014). Disponible en: [www.craneandmatten.blogspot.com](http://www.craneandmatten.blogspot.com)
- CONFEDERACIÓN SINDICAL INTERNACIONAL. (2015). *Índice global de los derechos de la CSI: Los peores países del mundo para los trabajadores y trabajadoras*. (Consulta Febrero, 2016). Disponible en: [www.ituc-csi.org](http://www.ituc-csi.org)
- ECOLOGISTAS EN ACCIÓN. (2012). *Accidentes petroleros: un riesgo latente*. (Consulta Abril, 2015). Disponible en: [www.ecologistasenacción.org](http://www.ecologistasenacción.org)
- ECORESPONSABLE. (2014). *Supermercados Bonpreu y Esclat: Comercio justo, km0 y productos ecológicos*. (Consulta Mayo, 2015). Disponible en: [www.ecoresponsable.org](http://www.ecoresponsable.org)

- FREEDOM HOUSE. (2015). *Freedom in the world 2015. Discarding Democracy: Return to the Iron Fist*. (Consulta Enero, 2016). Disponible en: [www.freedomhouse.org](http://www.freedomhouse.org)
- FTSE RUSSELL. (2015). *FTSE4Good IBEX Index v1.8*. (Consulta Marzo, 2016). Disponible en: [www.ftserussell.com](http://www.ftserussell.com)
- GENERAL ELECTRIC. (2014). *Ecomagination. About us*. (Consulta Febrero, 2016). Disponible en: [www.ge.com](http://www.ge.com)
- GENERAL ELECTRIC. (2016). *GE Aviation GE9X*. (Consulta Febrero, 2016). Disponible en: [www.geaviation.com](http://www.geaviation.com)
- GIVING USA. (2015). *GIVING USA 2015 Highlights*. (Consulta Octubre, 2015). Disponible en: [www.givingusa.org](http://www.givingusa.org)
- GLOBAL REPORTING INITIATIVE. (2015). *About GRI*. (Consulta Mayo, 2016). Disponible en: [www.globalreporting.org](http://www.globalreporting.org)
- GREENPEACE. (2012). *¡Lo logramos! ¡ZARA se compromete a dejar la moda tóxica!*. (Consulta Julio, 2014). Disponible en: [www.greenpeace.org](http://www.greenpeace.org)
- GVC GAESCO. (2014). *Folleto GVC GAESCO SOSTENIBLE ISR, FI*. (Consulta Noviembre, 2015) Disponible en: [www.cnmv.es](http://www.cnmv.es)
- H&M. (2014). *Dale a la moda una segunda oportunidad*. (Consulta Octubre, 2014). Disponible en: [www.hm.com](http://www.hm.com)
- INTERNATIONAL LABOUR ORGANIZATION. (2014). *Child labour*. (Consulta Marzo, 2015). Disponible en: [www.ilo.org](http://www.ilo.org)
- ISO. (2010). *Descubriendo ISO 26000*. (Consulta Agosto, 2014). Disponible en: [www.iso.org](http://www.iso.org)
- JOHNSON & JOHNSON. (2014). *Focusing on wellness & prevention*. (Consulta Mayo, 2015). Disponible en: [www.jnj.com](http://www.jnj.com)
- JOHNSON & JOHNSON. (2014). *Smoke free*. (Consulta Mayo, 2015). Disponible en: [www.cancer.org](http://www.cancer.org)

- KERBER, R., & ORLOFSKY, S. (2010). *Analysis: Sustainability indexes lack own transparency.* (Consulta Julio, 2014). Disponible en: [www.reuters.com](http://www.reuters.com)
- LA FAGEDA. (2014). *Qui som.* (Consulta Septiembre, 2014). Disponible en: [www.fageda.com](http://www.fageda.com)
- MARTIN, A. (2014). *CatalunyaCaixa i Caja Madrid: un escàndol sincronitzat.* (Consulta Junio, 2015). Disponible en: [www.ara.cat](http://www.ara.cat)
- NESTLÉ. (2014). *Nestlé Cocoa Plan. Improving the lives of cocoa farmers and the quality of their products.* (Consulta Febrero, 2015). Disponible en: [www.nestlecocoaplan.com](http://www.nestlecocoaplan.com)
- ORGANIZACIÓN INTERNACIONAL DEL TRABAJO. (2016). *Aplicación de las normas internacionales del trabajo, 2015 (I).* (Consulta Marzo, 2016). Disponible en: [www.ilo.org](http://www.ilo.org)
- ONGAWA. (2015). *Inversión Socialmente Responsable.* (Consulta Enero, 2016). Disponible en: [www.ongawa.org](http://www.ongawa.org)
- PERAL, F. (2015). *Paraísos Fiscales.* (Consulta Marzo, 2016). Disponible en: [www.notariosyregistradores.com](http://www.notariosyregistradores.com)
- PORTER, M. (2014). *About Shared Value.* (Consulta Agosto, 2015). Disponible en: [www.sharedvalue.org](http://www.sharedvalue.org)
- PRINCIPLES OF RESPONSIBLE INVESTMENT. (2016). *Annual Report 2015. From awareness to impact.* (Consulta Abril, 2016). Disponible en: [www.unpri.org](http://www.unpri.org)
- RANKIA. (2015). *La verdadera injusticia de la fiscalidad de las Sicavs los fondos de inversión y de pensiones.* (Consulta Mayo, 2016). Disponible en: [www.rankia.com](http://www.rankia.com)
- SÁNCHEZ, I. (2015). *La rentabilidad de la ISR, fuera de toda duda.* (Consulta Mayo, 2016). Disponible en: [www.corresponsables.com](http://www.corresponsables.com)
- SGE 21. (2015). *Certificación.* (Consulta Diciembre, 2015). Disponible en: [www.sge21.foretica.org](http://www.sge21.foretica.org)
- SPAINSIF. (2015). *Manual de la Inversión Socialmente Responsable.* (Consulta

Marzo, 2016) Disponible en: [www.spainsif.es](http://www.spainsif.es)

- SUSTAINABLE BRANDS. (2016). *The Results Are In: The 2015 Dow Jones Sustainability Indices*. (Consulta Abril, 2016). Disponible en: [www.sustainablebrands.com](http://www.sustainablebrands.com)
- UNITED NATIONS GLOBAL COMPACT. (2014). *The Ten Principles*. (Consulta Junio, 2015). Disponible en: [www.unglobalcompact.org](http://www.unglobalcompact.org)

## Webgrafía complementaria

[www.accountability.org](http://www.accountability.org) (Noviembre, 2015)

[www.bancaetica.cat](http://www.bancaetica.cat) (Mayo, 2016)

[www.cancer.org](http://www.cancer.org) (Febrero, 2014)

[www.centrase.org](http://www.centrase.org) (Abril, 2016)

[www.ceres.org](http://www.ceres.org) (Mayo, 2016)<sup>1</sup>

[www.clavesdemujer.com](http://www.clavesdemujer.com) (Diciembre, 2015)

[www.djindexes.com/sustainability/](http://www.djindexes.com/sustainability/) (Mayo, 2016)

[www.eleconomista.com.mx](http://www.eleconomista.com.mx) (Febrero, 2016)

[www.es.slideshare.net](http://www.es.slideshare.net) (Abril, 2016)

[www.eurofighter.com](http://www.eurofighter.com) (Abril, 2016)

[www.fageda.com](http://www.fageda.com) (Marzo, 2015)

[www.finanzas.com](http://www.finanzas.com) (Diciembre, 2015)

[www.foodmanufacture.co.uk](http://www.foodmanufacture.co.uk) (Noviembre, 2015)

[www.ftse.com/products/indices/FTSE4Good](http://www.ftse.com/products/indices/FTSE4Good) (Mayo, 2016)

[www.hm.com](http://www.hm.com) (Enero, 2015)

[www.ine.es](http://www.ine.es) (Mayo, 2016)

[www.jnj.com](http://www.jnj.com) (Febrero, 2014)

[www.moskowitzprize.com](http://www.moskowitzprize.com) (Mayo, 2016)

## Bibliografía

---

[www.nestlecocoaplan.com](http://www.nestlecocoaplan.com) (Febrero, 2014)

[www.pactomundial.org](http://www.pactomundial.org) (Febrero, 2016)

[www.sa-intl.org](http://www.sa-intl.org) mayo 2016

[www.usr.uach.mx](http://www.usr.uach.mx) (Abril, 2016)

## **Anexo 1. Documento auxiliar para parametrizar la explotación de centros productivos según el respeto a los derechos laborales de los países donde están situados**

Para poder desarrollar el cálculo de la variable que describe la relación de la empresa con países donde no se respetan los derechos de los trabajadores se requerirá un documento auxiliar. Este documento clasifica los países según su respeto a los derechos laborales facilitando que el analista pueda compararlo con la lista de países donde la empresa tiene actividad productiva.

El documento auxiliar para la parametrización del respeto a los derechos laborales extrae los datos de la lista elaborada por la Confederación Sindical Internacional (CSI), que actúa como confederación de centrales sindicales nacionales y cuenta con la afiliación de 328 organizaciones de 162 países distintos. Forma parte de la *Global Unions*, de la Comisión Sindical Consultiva ante la OCDE y de las Federaciones Sindicales Internacionales. La CSI tiene oficinas especializadas por todo el mundo y cuenta con el carácter consultivo general ante el Consejo Económico y Social de las Naciones Unidas.

En un principio se había valorado la posibilidad de tomar esta información directamente de los informes publicados por la Oficina Internacional del Trabajo (OIT), pero el diseño de estas publicaciones no facilitaba la extracción de los datos necesarios. La OIT publica cada año la lista de requerimientos que hace a cada país para cada uno de los convenios firmados. Hacer el seguimiento de cada convenio y cada país, resumir los requerimientos que respecto a ellos hace la OIT y analizar la respuesta que los gobiernos dan, resultaría extremadamente costoso e impreciso.

Si en un intento de simplificar el cálculo se pretendiera guiarse solamente por el número de reclamaciones, tampoco sería útil. A menudo se da el paradójico caso que a más derechos laborales y tejido sindical tiene un país, más reclamaciones hacen sus sindicatos a la OIT. Así ocurre en el informe del 2015, donde España debía responder cuestiones sobre 47 convenios distintos mientras que Burkina Faso, uno de los países más pobres del mundo, tenía una sola reclamación (OIT. 2015).

Mucho más útil para el fin aquí perseguido es el Índice Global de los Derechos, un estudio elaborado anualmente por la CSI que procesa y resume esta ingente información publicada por la OIT. Consta de datos sobre 141 países y los clasifica en una escala de 7 categorías según los siguientes criterios (CSI. 2015):

### 1. Violaciones irregulares de los derechos

Los derechos laborales colectivos están generalmente garantizados. Los trabajadores pueden afiliarse libremente y defender sus derechos de forma colectiva con el gobierno y/o las empresas y pueden proponer mejoras en sus condiciones laborales por medio de la negociación colectiva. Las violaciones de los derechos de los trabajadores no son inexistentes pero no se producen de forma regular.

**Tabla 59: Violaciones irregulares de los derechos laborales**

Alemania	Finlandia	Noruega
Austria	Francia	Países Bajos
Bélgica	Islandia	Suecia
Dinamarca	Italia	Uruguay
Eslovaquia	Lituania	
Estonia	Montenegro	

Fuente: CSI. 2015

## 2. Violaciones repetidas de los derechos

Los derechos laborales colectivos en los países clasificados en el grupo 2 son ligeramente más débiles que en los del grupo 1. Algunos derechos han sido objeto de repetidos ataques por parte de los gobiernos y/o empresas y han perjudicado la lucha para lograr unas mejores condiciones laborales.

**Tabla 60: Violaciones repetidas de los derechos laborales**

Angola	Ghana	Nueva Zelanda
Barbados	Irlanda	República Checa
Belice	Japón	Rwanda
Bosnia Herzegovina	Letonia	Sur-áfrica
Brasil	Lesotho	Senegal
Bulgaria	Macedonia	Serbia
Burkina Faso	Malawi	Suiza
Costa Rica	Moldavia	Togo
Croacia	Mozambique	

Fuente: CSI. 2015

## 3. Violaciones regulares de los derechos

El gobierno y/o las empresas interfieren con regularidad en los derechos laborales colectivos, o no garantizan plenamente aspectos importantes de estos derechos. Existen diferencias en la legislación y/o determinadas prácticas que posibilitan las violaciones frecuentes.

**Tabla 61: Violaciones regulares de los derechos laborales**

Albania	El Salvador	Paraguay
Argentina	España	Portugal
Australia	Etiopía	Reino Unido
Bahamas	Haití	República Dominicana
Bolivia	Hungría	Rusia
Botsuana	Israel	Singapur
Canadá	Jamaica	Sri Lanka
Chad	Kazakstán	Taiwan
Chile	Madagascar	Tanzania
Congo	Marruecos	Uganda
Congo (Rep. Democ. del)	Namibia	Venezuela
Ecuador	Panamá	Yibuti

Fuente: CSI. 2015

#### 4. Violaciones sistemáticas

El gobierno y/o las empresas están firmemente decididos a silenciar la voz colectiva de los trabajadores poniendo en peligro de forma sistemática los derechos laborales fundamentales

**Tabla 62: Violaciones sistemáticas de los derechos laborales**

Bahrein	Jordania	Omán
Benin	Kenya	Perú
Burundi	Kuwait	Polonia
Camerún	Líbano	Rumanía
Costa de Marfil	Mali	Sierra-Leona
Estados Unidos de América	Mauritania	Tailandia
Georgia	México	Trinidad y Tobago
Honduras	Myanmar	Túnez
Indonesia	Nepal	Yemen

Fuente: CSI. 2015

## 5. Derechos no garantizados

Los países clasificados en el grupo 5 son los peores países del mundo para trabajar. Si bien la legislación puede enumerar ciertos derechos, los trabajadores y trabajadoras están faltados efectivamente de acceso a estos y están por lo tanto expuestos a unos regímenes autocráticos y a unas prácticas laborales injustas.

**Tabla 63: Derechos laborales no garantizados**

Arabia Saudí	Fiji	Nigeria
Argelia	Filipinas	Pakistán
Bangladesh	Grecia	Qatar
Bielorrusia	Guatemala	Swazilandia
Camboya	Hong Kong	Turquía
Colombia	India	Ucrania
Corea del Sur	Irán	China
Egipto	Laos	Zambia
Emiratos Árabes Unidos	Malasia	Zimbabwe

Fuente: CSI. 2015

### 5+. Derechos no garantizados debido a la desintegración del Estado de Derecho

Los derechos de los trabajadores en los países clasificados en el grupo 5+ están igual de limitados que en los países del grupo 5. No obstante, en los países del grupo 5+ la situación está vinculada a unas instituciones disfuncionales como resultado de un conflicto interno y/o una ocupación militar.

**Tabla 64: Derechos no garantizados debido a la desintegración del Estado de Derecho**

Eritrea	Palestina	Somalía
Iraq	República Centro-africana	Sudán
Libia	Siria	Sudán del Sur

Fuente: CSI. 2015

## 6. No existen datos

Hay un último grupo que será el de los países de los cuales no se dispone de datos suficientes para que pueda realizarse un estudio.

**Tabla 65: Sin datos sobre el respeto de los derechos laborales**

Armenia	Guayana	Suriname
Azerbaiyán	Guayana Francesa	Tayikistán
Corea del Norte	Guinea	Turkmenistán
Cuba	Guinea-Bissau	Uzbekistán
Gabón	Papua Nueva Guinea	Vietnam
Groenlandia	Sahara Occidental	

Fuente: CSI. 2015

El documento auxiliar que acompañará a las hojas del proceso informático de cálculo automatizado resumirán estas 7 categorías en solamente 4. El primer grupo se referirá a los países con carencias graves en la protección de los derechos laborales e integrará los grupos 5+ y 6 aquí presentados. El segundo grupo se referirá a los países con carencias en la protección de los derechos laborales e integrará los grupos 4 y 5. El tercer grupo será el de los países con carencias leves en la protección de los derechos laborales, que corresponderá al grupo 3 de la clasificación del CSI. El cuarto y último grupo será del de los países donde se respetan los derechos laborales, que integrará el grupo 1 y 2.

## **Anexo 2. Documento auxiliar para parametrizar la relación con otras empresas según su r ating de ESG**

La variable 17 del modelo de r ating evalúa el nivel de compras a empresas proveedoras según su r ating de ESG. La variable 18 hace la misma evaluación, pero para las empresas clientes. Para hacer este c culo el analista comparará la lista de empresas proveedoras y clientes de la empresa analizada con la lista de empresas analizadas por el modelo de r ating de ESG. Para facilitar esta tarea el proceso informático automatizado de c culo incluirá una hoja en la que se clasificarán por nombre, CIF y r ating global todas las empresas analizadas previamente.

**Tabla 66: Relación de empresas analizadas por el modelo *ESG Audit***

	<u>Razón Social</u>	<u>CIF</u>	<u>Calificación</u>
1	CORPORACION ALIMENTARIA GUISSONA S.A.	A-25445131	B
2	GIROASSIST S.L.	B-17442880	B
3	ASSOCIACIÓ CATALANA D'ESCLEROSIS MÚLTIPLE J.M. CHARCOT (ACDEM)	G-60001591	A
4	TALLER DE DISMINU�TS FÍSICS S.L.U. (TADIFI)	B-17089699	B
5	GIROPARK S.A.	A-17213539	B

Fuente: Elaboración propia

Este documento auxiliar será actualizado a medida que se vaya analizando la ESG de distintas empresas. Actualmente la lista solo comprende las 5 empresas analizadas por el momento. Así pues, se trata por ahora de una lista sin utilidad práctica en el modelo. No obstante, será un documento importante para el desarrollo futuro de los análisis de ESG y merece la pena ser expuesta como parte del proceso informático de c culo.



### **Anexo 3. Documento auxiliar para parametrizar la relación con paraísos fiscales y países *off-shore***

La variable 25 evalúa la relación de la empresa analizada con paraísos fiscales o países *off-shore*. Para facilitar al analista el cálculo de esta variable se adjuntará en el proceso informático de cálculo una hoja auxiliar con la lista elaborada anualmente por el Ministerio de Hacienda y Administraciones Públicas español con la que se actualiza el RD 1080/1991 (PERAL. 2015). En esta lista aparecen todos los países que según la hacienda española tienen consideración de paraíso fiscal y también de aquellos países la normativa legal y fiscal de los cuales les permite ocultar información sobre sus clientes a autoridades extranjeras y organizaciones internacionales.

**Tabla 67: Relación de paraísos fiscales y offshore**

Emirato del Estado de Bahrein	Isla de Man	República de Vanuatu
Sultanato de Brunei	Islas de Guernsey y de Jersey (Islas del Canal)	Islas Vírgenes Británicas
Gibraltar	Islas Malvinas	Islas Vírgenes de los Estados Unidos de América
Anguila	Islas Marianas	Reino de Jordania
Antigua y Barbuda	Mauricio	República Libanesa
Bermuda	Montserrat	República de Liberia
Islas Caimán	República de Nauru	Principado de Liechtenstein
Islas Cook	Islas Salmón	Macau
República de Dominica	San Vicente y las Granadinas	Principado de Mónaco
Granada	Santa Lucía	Sultanato de Omán
Fiji	Islas Turcas y Caicos	República de las Seychelles

Fuente: Peral. 2015



## **Anexo 4. Documento auxiliar para parametrizar la explotación de centros productivos según el respeto a los Derechos Humanos de los países donde están situados**

La variable 26 evaluará si la empresa tiene centros productivos en países donde no se respetan los Derechos Humanos. Para facilitar la parametrización de esta variable, se adjuntará en el proceso informático de cálculo una hoja con la lista de países clasificados según respeto a los derechos y libertades que publica cada año la Freedom House.

Esta organización lleva más de 75 años monitorizando el respeto a los derechos y libertades de las personas en todo el mundo. Cada año publica un informe titulado "*Freedom in the World*". La publicación del 2015 evaluó 195 países y 15 territorios a partir de más de 25 indicadores derivados de la Declaración de los Derechos Humanos.

A continuación se presenta la lista donde se clasifican los países según si son libres, parcialmente libres o carecen de libertad (FREEDOM HOUSE. 2015).

**Tabla 68: Relación de países libres**

Alemania	Granada	Polonia
Andorra	Guayana	Portugal
Antigua y Barbuda	Holanda	Puerto Rico*
Argentina	Hungría	Reino Unido
Australia	India	República Dominicana
Austria	Irlanda	República Checa
Bahamas	Islas Marshall	Rumanía
Barbados	Islandia	Samoa
Bélgica	Israel	San Marino
Belice	Italia	Sao Tomé y Príncipe
Benin	Jamaica	Senegal
Botsuana	Japón	Serbia
Brasil	Kiribati	St. Kitts y Nevis
Bulgaria	Lesotho	St. Lucía
Cabo Verde	Letonia	St. Vicente y Granadinas
Canadá	Liechtenstein	Sur-áfrica
Corea del Sur	Lituania	Suecia
Costa Rica	Luxemburgo	Suiza
Croacia	Malta	Suriname
Dinamarca	Mauricio	Taiwan
Dominica	Micronesia	Tonga
El Salvador	Mónaco	Trinidad y Tobago
Eslovaquia	Mongolia	Tuvalu
Eslovenia	Montenegro	Uruguay
España	Namibia	Vanuatu
Estados Unidos de América	Nauru	Chile
Estonia	Noruega	Chipre
Finlandia	Nueva Zelanda	Chipre del norte*
Francia	Palau	
Ghana	Panamá	
Grecia	Perú	

Fuente: FREEDOM HOUSE. 2015

**Tabla 69: Relación de países parcialmente libres**

Albania	Islas Salomón	Nicaragua
Armenia	Indonesia	Níger
Bangladesh	Kenya	Nigeria
Bhutan	Kosovo	Pakistán
Bolivia	Kuwait	Papúa Nueva Guinea
Bosnia-Herzegovina	Kyrgyzstán	Paraguay
Burkina Faso	Libano	Seychelles
Burundi	Liberia	Sierra-Leone
Colombia	Libia	Singapur
Comoros	Macedonia	Sri Lanka
Costa de Marfil	Madagascar	Tailandia
Ecuador	Malasia	Tanzania
Fiji	Malawi	Timor Oriental
Filipinas	Maldivas	Togo
Georgia	Mali	Túnez
Guatemala	Marruecos	Turquía
Guinea	México	Ucrania
Haití	Mozambique	Uganda
Honduras	Moldavia	Venezuela
Hong-Kong*	Nepal	Zambia

Fuente: FREEDOM HOUSE. 2015

**Tabla 70: Relación de países sin libertad**

Afganistán	Franja de Gaza*	Rwanda
Angola	Gabón	Sahara Occidental*
Argelia	Gambia	Siria
Arabia Saudí	Guinea-Bissau	Somalia
Azerbaiján	Guinea-Ecuatorial	Sudán
Bahrein	Irán	Sudán del Sur
Bielorrusia	Iraq	Swazilandia
Birmania	Jordania	Tayikistán
Brunei	Kazakstán	Tíbet*
Camboya	Laos	Turkmenistán
Camerún	Mauritania	Chad
Cuba	Omán	Uzbekistán
Corea del Norte	Qatar	Vietnam
Egipto	República Centro Africana	China
Emiratos Árabes Unidos	República del Congo (Brazzaville)	Yemen
Eritrea	República Democrática del Congo (Kinshasa)	Yibuti
Etiopía	Rusia	Zimbabwe

Fuente: FREEDOM HOUSE. 2015

## Anexo 5. Cuestionario de ESG presentado a las empresas

En este último anexo se presenta el cuestionario de auditoria que será presentado a la empresa analizada para que lo responda. Consta de 52 cuestiones y cada una va acompañada de la descripción de la fuente de donde debe ser extraída la información que se requiere. Una vez respondidas estas cuestiones, las respuestas serán volcadas al sistema de cálculo informático, que de forma automática ofrecerá el r ating de la mayor parte de las variables.

Algunas de las respuestas no podr an constar de una simple cifra, sino que se requerir a que describan ciertos protocolos o adjunten algunos documentos para que sean parametrizados por el propio analista. En cualquier caso ser a información contrastable y el analista podr a exigir que se le muestren los documentos que soportan las respuestas del cuestionario.

**Tabla 71: Cuestionario presentado a las empresas**

	<u>Información</u>	<u>Fuente</u>	<u>Valor / Explicación</u>
1	Facturación anual (en euros)	Impuesto de sociedades	
2	Volumen de residuos físicos generados (en quilos)	Declaración de residuos presentada ante la administración autonómica	
3	Volumen de residuos físicos reciclados (en quilos)	Declaración de residuos presentada ante la administración autonómica	
4	Volumen de residuos tóxicos, contaminantes o radioactivos generados (en quilos)	Declaración de residuos presentada ante la administración autonómica	
5	Consumo de agua (en metros cúbicos)	Declaración de residuos presentada ante la administración autonómica	
6	Volumen de emisión de gases contaminantes, de vertido de residuos en vías de agua y de contaminación del suelo y subsuelo (en toneladas)	Declaración de residuos presentada ante la administración autonómica	
7	Coste del consumo energético (en euros)	Declaración de consumos energéticos presentada ante la	

Anexo 5. Cuestionario de ESG presentado a las empresas

		administración autonómica	
8	Coste del consumo de combustibles fósiles (en euros)	Declaración de consumos energéticos presentada ante la administración autonómica	
9	Valor de la energía renovable auto-producida (en euros)	Datos de de auto-producción energética	
10	Inversiones en producción de energía renovable (en euros)	Facturas para el desarrollo de energías renovables	
11	Determinar los programas de reducción del consumo energético	Memoria	
12	Número de trabajadores en plantilla	Impuesto de sociedades	
13	Número de trabajadores en plantilla en riesgo de exclusión	Informe LISMI y declaración a la Seguridad Social	
14	Número de mujeres en plantilla	Declaración a la Seguridad Social	
15	Número total de directivos	Declaración a la Seguridad Social	
16	Número de directivos que trabajan en su país de origen	Declaración a la Seguridad Social	
17	Existencia de mano de obra menor de 15 años en la empresa	Declaración a la Seguridad Social	
18	Determinar los programas para la erradicación de la mano de obra infantil	Memoria	
19	Lista de países en los que la empresa tiene centros productivos	Declaración Intrastat y DUA (declaración única aduanera)	
20	Número de reclamaciones de asociaciones de consumidores	Comunicaciones recibidas por las asociaciones de consumidores	
21	Adjuntar lista de empresas proveedoras con su volumen de negociación (en euros)	Modelo 347, Intrastat y DUA	
22	Adjuntar lista de empresas clientes con el su volumen de negociación (en euros)	Modelo 347, Intrastat y DUA	
23	Inversión en investigación médica y programas de educación (en euros)	Adjuntar justificantes de la inversión	
24	Donaciones a actividades culturales (en euros)	Adjuntar justificantes de la inversión	
25	Acumulación de horas de huelga	Informes sindicales	
26	Horas de trabajo acumuladas	Declaración a la Seguridad Social	
27	Horas de baja acumuladas por accidentes laborales	Declaración de siniestralidad laboral	
28	Muertes en accidente laboral	Declaración de siniestralidad laboral	
29	Determinar el tratamiento que se ofrece a los trabajadores en caso de maternidad y paternidad	Informes sindicales	
30	Activos inmovilizados para la producción de energías renovables (en euros)	Balance y memoria	

Anexo 5. Cuestionario de ESG presentado a las empresas

31	Activo inmovilizado (en euros)	Balance	
32	Valor del consumo de energías renovables (en euros)	PyG y memoria	
33	Activos financieros de empresas productoras de energía exclusivamente renovables (en euros)	Balance y memoria	
34	Activos financieros (en euros)	Balance	
35	Donaciones para la investigación y desarrollo de energías renovables (en euros)	Memoria	
36	Total donaciones (en euros)	Idem.	
37	Activos inmovilizados destinados a la investigación médica o a programas de educación (en euros)	Balance y memoria	
38	Compras realizadas a empresas dedicadas a la investigación médica o a la educación (en euros)	PyG y modelo 347	
39	Compras totales (en euros)	PyG	
40	Activos financieros de empresas dedicadas a la investigación médica o a la educación (en euros)	Balance y memoria	
41	Donaciones para la investigación médica o para a programas de educación (en euros)	PyG y memoria	
42	Donaciones para actividades filantrópicas (en euros)	PyG y memoria	
43	País en el cual la empresa tiene la sede	Impuesto de Sociedades	
44	Relación de países en los cuales la empresa tiene instalados activos inmovilizados, indicando su valor en euros	Balance y modelo 720	
45	Relación de países en los cuales se han realizado compras, indicando su valor en euros	DUA	
46	Relación de activos financieros de otras empresas, indicando sus valores en euros y el país donde tienen la sede	Balance y memoria	
47	Relación de donaciones hechas al extranjero, indicando el valor en euros y el país	Memoria	
48	Importe reclamado por la AEAT (en euros)	Certificación de deuda con la AEAT	
49	Determinar las condenas judiciales de los últimos tres años	Adjuntar las resoluciones condenatorias firmes	
50	Determinar la política de depuración de responsabilidades	Adjuntar el protocolo de depuración de responsabilidades	
51	Determinar la política de protección de datos	Adjuntar el protocolo de protección de datos	

52	Completar el siguiente cuadro:	Declaración a la Seguridad Social		
Categoría Oficial	Número de Empleado	Sueldo Bruto Medio	Sueldo Mínimo por Convenio	Diferencia
TIT.UNIV.SUP				0,00 €
TIT.UNIV.MED				0,00 €
OFIC.ADMIN				0,00 €
AUX.ADMIN				0,00 €
OFICIAL 1-2				0,00 €
OFICIAL 3				0,00 €
PEÓN				0,00 €
SUMATORIO	0			

Fuente: Elaboración propia

## **Anexo 6. Resultados de la aplicación del modelo de r ating de ESG**

Para cerrar esta tesis doctoral se ofrecen los resultados obtenidos en la aplicación del modelo de r ating de ESG a cuatro empresas. Después de haber usado el caso de estudio de la Corporación Alimentaria de Guissona para ilustrar con detalle el funcionamiento del modelo de principio a fin, en este anexo se prescindir  de exponer cada caso en el mismo detalle de datos y c culos, pues no se estará aportando nueva información con ello. En este anexo se presentarán y analizarán los resultados.

Al tratarse de cuatro pequeñas empresas que funcionan como Centros de Trabajo Especial se podrá poner a prueba el modelo para entidades muy distintas a la que se ha tomado de ejemplo en el capítulo quinto. La Corporación Alimentaria de Guissona es una gran empresa de naturaleza industrial, con miles de trabajadores, con un departamento de contabilidad de primer nivel y su actividad genera un importante impacto en todos los niveles de su entorno. Por lo contrario estas cuatro empresas tienen como objetivo prestar servicios empleando trabajadores con necesidades especiales, cuentan con plantillas muy reducidas, con facturaciones modestas que no les permiten mantener un departamento de contabilidad como en una gran empresa y su actividad tiene un impacto que se limita a su entorno más cercano.

Ninguna de estas diferencias ha supuesto una dificultad para la validez del modelo. Aun que estuvieran faltadas de grandes departamentos de contabilidad las empresas analizadas han podido rellenar el cuestionario de auditoria con facilidad. Esto pone de relieve que se trata de información disponible para todo tipo de empresas y que su localización es sencilla.

1. Análisis de ESG de GIROASSIST S.L.

**Tabla 72: Análisis de ESG de GIROASSIST S.L.**

	R�ating	R�ating Numérico
1- Nivel de reciclaje	A	4
2- Generación de residuos tóxicos	A	4
3- Nivel de contaminación ambiental	A	4
4- Consumo de agua	A	4
5- Impacto sobre ecosistemas	A	4
6- Riesgo de provocar catástrofes medioambientales	A	4
7- Nivel de eficiencia energética	D	1
8- Dependencia de los combustibles fósiles	D	1
9- Apoyo a las energías renovables	D	1
10- Desarrollo de programas de reducción de consumo energético	D	1
11- Contratación de personas con problemas de inclusión social	A	4
12- Paridad de género en la plantilla	B	3
13- Contratación de residentes en el área geográfica en puestos de responsabilidad	A	4
14- Utilización de mano de obra infantil	A	4
15- Centros productivos en países sin derechos laborales	A	4
16- Reclamaciones de asociaciones de consumidores	A	4
17- Nivel de compras a empresas según su r�ting de ESG	Sin calificación	-
18- Nivel de ventas a empresas según su r�ting de ESG	Sin calificación	-
19- Apoyo a la investigación médica y a programas de educación	D	1
20- Apoyo a actividades culturales	D	1
21- Nivel de huelgas	A	4
22- Diferencia entre los salarios de los trabajadores y el mínimo fijado en convenio	A	4

Anexo 6. Resultados de la aplicación del modelo de r ating de ESG

23- Bajas por accidente laboral	B	3
24- Nivel de prestaci3n por maternidad y paternidad	C	2
25- Relaci3n con paraísos fiscales e inversiones offshore	A	4
26- Relaci3n con países que no garantizan los Derechos Humanos	A	4
27- Contenciosos con la Administraci3n Tributaria	A	4
28- Condenas firmes	A	4
29- Depuraci3n de responsabilidades en caso de condena	A	4
30- gesti3n de la protecci3n de datos	A	4
SUMATORIO		90

Media = 3.21

**R ATING GLOBAL = B**

Fuente: Elaboraci3n propia

El r ating global de ESG de GIROASSIST S.L. es B. Si se analizan los resultados detalladamente se descubre que con gran facilidad la empresa puede lograr una puntuaci3n A. Ésta se asigna a medias que superen el 3.25 y GIROASSIST S.L. presenta un 3.21.

El reducido tamaño de GIROASSIST S.L. le facilita sacar altas puntuaciones en distintas variables, pero le complica cumplir con otras como pueden ser las donaciones a investigaci3n médica, a actividades culturales y a desarrollo de energías renovables. En relaci3n al volumen de actividad la empresa tiene un alto consumo energético y de combustibles f3siles. Otros aspectos en los que cabe margen de mejora son la prevenci3n de siniestralidad laboral, la paridad de género en la plantilla y las facilidades por maternidad y paternidad.

Para alcanzar rápidamente una calificaci3n A bastará con que GIROASSIST S.L. desarrolle un plan de ahorro energético. Solamente con su presentaci3n la media

llegar  a 3.25. Pero lo recomendable es que se trabaje para que d  resultados, ya que ésto supondr a un ahorro del gasto en energía y permitirá alcanzar una mejor puntuación junto con un mejor resultado de la cuenta de PyG.

2. Análisis de ESG de ASSOCIACIÓ CATALANA D'ESCLEROSI MÚLTIPLE J.M. CHARCOT

**Tabla 73: Análisis de ESG de ASSOCIACIÓ CATALANA D'ESCLEROSI MÚLTIPLE J.M. CHARCOT**

	R�ting	R�ting Numérico
1- Nivel de reciclaje	A	4
2- Generación de residuos tóxicos	A	4
3- Nivel de contaminación ambiental	A	4
4- Consumo de agua	A	4
5- Impacto sobre ecosistemas	A	4
6- Riesgo de provocar catástrofes medioambientales	A	4
7- Nivel de eficiencia energética	A	4
8- Dependencia de los combustibles fósiles	A	4
9- Apoyo a las energías renovables	D	1
10- Desarrollo de programas de reducción de consumo energético	D	1
11- Contratación de personas con problemas de inclusión social	A	4
12- Paridad de género en la plantilla	D	1
13- Contratación de residentes en el área geográfica en puestos de responsabilidad	A	4
14- Utilización de mano de obra infantil	A	4
15- Centros productivos en países sin derechos laborales	A	4
16- Reclamaciones de asociaciones de consumidores	A	4
17- Nivel de compras a empresas según su r�ting de ESG	Sin calificación	-
18- Nivel de ventas a empresas según su r�ting de ESG	Sin calificación	-

Anexo 6. Resultados de la aplicación del modelo de r ating de ESG

19- Apoyo a la investigaci3n médica y a programas de educaci3n	D	1
20- Apoyo a actividades culturales	D	1
21- Nivel de huelgas	A	4
22- Diferencia entre los salarios de los trabajadores y el mínimo fijado en convenio	B	3
23- Bajas por accidente laboral	C	2
24- Nivel de prestaci3n por maternidad y paternidad	C	2
25- Relaci3n con paraísos fiscales e inversiones offshore	A	4
26- Relaci3n con países que no garantizan los Derechos Humanos	A	4
27- Contenciosos con la Administraci3n Tributaria	A	4
28- Condenas firmes	A	4
29- Depuraci3n de responsabilidades en caso de condena	A	4
30- gesti3n de la protecci3n de datos	A	4
SUMATORIO		92

Media = 3.29

**R TING GLOBAL = A**

Fuente: Elaboraci3n propia

El análisis de ESG de la ASSOCIACI3 CATALANA D'ESCLEROSI MÚLTIPLE J.M. CHARCOT (ACDEM) le otorga la máxima calificaci3n, A. Se trata de una empresa que ha logrado establecer una excelente relaci3n con su entorno.

No obstante ACDEM debe trabajar para afianzar esta calificaci3n, pues su media es de 3.29 y la calificaci3n A solamente se asigna a medias superiores a 3.25. Si no trabaja para afianzar este resultado fácilmente podr a perder la máxima calificaci3n. Hay margen de mejora en el apoyo a las energías renovables y en las donaciones para fines médicos y culturales, pero es comprensible que por el tamaño de la empresa resulte poco viable desviar recursos para estos fines. Aspectos donde s  podr an aplicarse mejoras son la contrataci3n de más mujeres en su plantilla, la mejora de la prevenci3n de accidentes laborales y la extensi3n de prestaciones por maternidad.

ACDEM desarrolla su actividad en un local alquilado y en el contrato se prevé que el arrendador que responda de los consumos de agua y electricidad. Ésto no deber a ser excusa para que ACDEM desarrollara un plan de reducción de consumo energético. Éste le permitir a afianzar su excelente puntuación con gran facilidad.

3. Análisis de ESG de TALLER DE DISMINU TS FÍSICS S.L.U. (TADIFI)

**Tabla 74: Análisis de ESG de TADIFI**

	R�ting	R�ting Numérico
1- Nivel de reciclaje	A	4
2- Generación de residuos tóxicos	A	4
3- Nivel de contaminación ambiental	A	4
4- Consumo de agua	A	4
5- Impacto sobre ecosistemas	A	4
6- Riesgo de provocar catástrofes medioambientales	A	4
7- Nivel de eficiencia energética	D	1
8- Dependencia de los combustibles fósiles	D	1
9- Apoyo a las energías renovables	D	1
10- Desarrollo de programas de reducción de consumo energético	D	1
11- Contratación de personas con problemas de inclusión social	A	4
12- Paridad de género en la plantilla	D	1
13- Contratación de residentes en el área geográfica en puestos de responsabilidad	A	4
14- Utilización de mano de obra infantil	A	4
15- Centros productivos en países sin derechos laborales	A	4
16- Reclamaciones de asociaciones de consumidores	A	4
17- Nivel de compras a empresas según su r�ting de ESG	Sin calificación	-

Anexo 6. Resultados de la aplicación del modelo de r ating de ESG

18- Nivel de ventas a empresas según su r�ating de ESG	Sin calificación	-
19- Apoyo a la investigación médica y a programas de educación	D	1
20- Apoyo a actividades culturales	D	1
21- Nivel de huelgas	A	4
22- Diferencia entre los salarios de los trabajadores y el mínimo fijado en convenio	A	4
23- Bajas por accidente laboral	A	4
24- Nivel de prestación por maternidad y paternidad	C	2
25- Relación con paraísos fiscales e inversiones offshore	A	4
26- Relación con países que no garantizan los Derechos Humanos	A	4
27- Contenciosos con la Administración Tributaria	A	4
28- Condenas firmes	A	4
29- Depuración de responsabilidades en caso de condena	A	4
30- gestión de la protección de datos	A	4
SUMATORIO		89

Media = 3.18

**R ATING GLOBAL = B**

Fuente: Elaboración propia

El análisis de ESG para *TALLER DE DISMINU TS FÍSICS S.L.U.* (TADIFI) muestra que la empresa ha logrado establecer una buena relación con su entorno asignándole un r ating global B.

Su pequeño tamaño facilita poder conseguir buenas puntuaciones en distintas variables, pero a su vez dificulta cumplir con variables como las donaciones con fines médicos y culturales o el apoyo a las energías renovables. más viable será el diseño de un plan de reducción de consumo energético que permita disminuir el gasto energético y racionalizar el uso de los combustibles fósiles. Ésto ayudará a mejorar tres de las variables donde TADIFI tiene mala puntuación y a su vez se materializará en un ahorro

de costes que hará crecer el resultado de la cuenta de PyG.

También es aconsejable aumentar las prestaciones por maternidad y paternidad y llevarlas más allá de los mínimos legales exigido. Por último la empresa deberá centrarse en mejorar la paridad de género de la plantilla, aunque su muy reducido tamaño de plantilla laboral explica el mal resultado de esta variable. TADIFI est  en disposición de llegar a conseguir una calificación A si se esfuerza en mejorar alguna de las variables citadas.

#### 4. Análisis de ESG de GIROPARK S.L.

**Tabla 75: Análisis de ESG de GIROPARK S.L.**

	R�ting	R�ting Numérico
1- Nivel de reciclaje	A	4
2- Generación de residuos tóxicos	A	4
3- Nivel de contaminación ambiental	A	4
4- Consumo de agua	A	4
5- Impacto sobre ecosistemas	A	4
6- Riesgo de provocar catástrofes medioambientales	A	4
7- Nivel de eficiencia energética	A	4
8- Dependencia de los combustibles fósiles	D	1
9- Apoyo a las energías renovables	D	1
10- Desarrollo de programas de reducción de consumo energético	D	1
11- Contratación de personas con problemas de inclusión social	A	4
12- Paridad de género en la plantilla	D	1
13- Contratación de residentes en el área geográfica en puestos de responsabilidad	A	4
14- Utilización de mano de obra infantil	A	4

Anexo 6. Resultados de la aplicación del modelo de r ating de ESG

15- Centros productivos en países sin derechos laborales	A	4
16- Reclamaciones de asociaciones de consumidores	A	4
17- Nivel de compras a empresas según su r�ating de ESG	Sin calificación	-
18- Nivel de ventas a empresas según su r�ating de ESG	Sin calificación	-
19- Apoyo a la investigación médica y a programas de educación	D	1
20- Apoyo a actividades culturales	D	1
21- Nivel de huelgas	A	4
22- Diferencia entre los salarios de los trabajadores y el mínimo fijado en convenio	B	3
23- Bajas por accidente laboral	B	3
24- Nivel de prestación por maternidad y paternidad	C	2
25- Relación con paraísos fiscales e inversiones offshore	A	4
26- Relación con países que no garantizan los Derechos Humanos	A	4
27- Contenciosos con la Administración Tributaria	A	4
28- Condenas firmes	A	4
29- Depuración de responsabilidades en caso de condena	A	4
30- gestión de la protección de datos	A	4
SUMATORIO		90

Media = 3.21

**R ATING GLOBAL = B**

Fuente: Elaboración propia

El r ating global de ESG de GIROPARK S.L. es B. Si se analizan los resultados detalladamente se descubre que con gran facilidad la empresa puede lograr una puntuación A. Esta se asigna a medias que superen el 3.25 y GIROPARK S.L. presenta un 3.21.

El reducido tamaño de GIROPARK S.L. le facilita sacar altas puntuaciones en distintas variables, pero le complica cumplir con otras como pueden ser las donaciones a

investigación médica, a actividades culturales y a desarrollo de energías renovables. En relación al volumen de actividad la empresa tiene un alto consumo energético y de combustibles fósiles. Otros aspectos en los que cabe margen de mejora son la paridad de género en la plantilla y las facilidades por maternidad.

Para alcanzar rápidamente una calificación A bastará con que GIROPARK S.L. desarrolle un plan de ahorro energético. Solamente con su presentación la media llegar  a 3.25. Pero lo recomendable es que se trabaje para que su aplicación d  resultados, ya que ésto supondr a un ahorro del gasto en energía y permitirá alcanzar una mejor puntuación junto con un mejor resultado de la cuenta de PyG.