



FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y EMPRESARIALES

GRADO EN ADMINISTRACIÓN Y DIRECCIÓN DE EMPRESAS

Convocatoria: Septiembre

Curso: 4º GADE

La Responsabilidad Social Corporativa y el Informe de Responsabilidad Social Corporativa: El caso Indra Sistemas S.L

Trabajo Fin de Grado presentado por Rocío Rosso García, siendo la tutora del mismo la profesora Carolina Ruiz Moreno.

Carolina Ruiz Moreno:

Rocío Rosso García:

D.

D.

Correo electrónico: rocio.rosso.garcia@gmail.com

Sevilla. Julio de 2019



FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y EMPRESARIALES
GRADO EN ADMINISTRACIÓN Y DIRECCIÓN DE EMPRESAS

TRABAJO FIN DE GRADO
CURSO ACADÉMICO [2018-2019]

TÍTULO:

**LA RESPONSABILIDAD SOCIAL CORPORATIVA Y EL INFORME DE
RESPONSABILIDAD SOCIAL CORPORATIVA: EL CASO INDRA SISTEMAS S.L**

AUTOR:

ROCÍO ROSSO GARCÍA

TUTOR:

CAROLINA RUIZ MORENO

DEPARTAMENTO:

ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS Y MARKETING

ÁREA DE CONOCIMIENTO:

ÁREA DE ORGANIZACIÓN DE EMPRESAS

RESUMEN EJECUTIVO:

La Responsabilidad Social Corporativa es un término que, a pesar de no ser reciente, se encuentra en boga en los últimos años. Esto se debe al hecho de que la población en general, tanto las empresas como sus grupos de interés o *stakeholders*, se encuentran cada vez más preocupados por el mundo que se habita y su conservación; hoy día los

consumidores prefieren colaborar con empresas que tengan un comportamiento socialmente responsable y consciente con la sociedad y sus recursos, que con aquellas que no lo sean. Es por esto que la gran mayoría de las organizaciones han tomado consciencia acerca de esta situación y tratan de adaptarse a los últimos cambios en las políticas sociales lo más rápido posible; es importante resaltar el hecho de que estas compañías trabajan normalmente en entornos dinámicos y cambiantes a lo que, actualmente, se le suma la dificultad de no perder fuerzas contra aquellas que son competidoras en el sector y, además, son éticamente sostenibles.

En este trabajo se pretende viajar por el concepto de RSC desde su ámbito más teórico hasta su lado más práctico, analizando de forma detallada los aspectos más relevantes del Informe de Responsabilidad Social de la compañía Indra Sistemas S.L

PALABRAS CLAVE: Responsabilidad Social Corporativa; Indra Sistemas S.L; Stakeholders; Ética.

Abstract

Corporate Social Responsibility is a term that, despite not being recent, is in vogue in the last few years. This is due to the fact that the population in general: companies and interest groups or stakeholders, are increasingly concerned about the world where we live and its conservation; Nowadays, people prefer to collaborate with those companies that have a socially responsibility and conscious behaviour with society and its resources than with those that are not.

This is why the vast majority of organizations have become aware of this situation and had answered to the latest changes in social policies as quickly as possible; It is important to highlight the fact that these relationships tend to be dynamic and changing to what, at present, is added the difficulty of not losing people who are competitors in the sector and, in addition, are ethically sustainable.

This project main objective is to travel through the concept of CSR from its most theoretical to its most practical side, the analysis of the most relevant aspects of the Social Responsibility Report of the company Indra Sistemas S.L

KEY WORDS: CSR, Corporate Social Responsibility, Stakeholders, Indra Systems S.L; Ethic.

Resumen

La Responsabilidad Social Corporativa es un término que, a pesar de no ser reciente, se encuentra en boga en los últimos años. Esto se debe al hecho de que la población en general, tanto las empresas como sus grupos de interés o *stakeholders*, se encuentran cada vez más preocupados por el mundo que se habita y su conservación; hoy día los consumidores prefieren colaborar con empresas que tengan un comportamiento socialmente responsable y consciente con la sociedad y sus recursos, que con aquellas que no lo sean. Es por esto que la gran mayoría de las organizaciones han tomado consciencia acerca de esta situación y tratan de adaptarse a los últimos cambios en las políticas sociales lo más rápido posible; es importante resaltar el hecho de que estas compañías trabajan normalmente en entornos dinámicos y cambiantes a lo que, actualmente, se le suma la dificultad de no perder fuerzas contra aquellas que son competidoras en el sector y, además, son éticamente sostenibles.

En este trabajo se pretende viajar por el concepto de RSC desde su ámbito más teórico hasta su lado más práctico, analizando de forma detallada los aspectos más relevantes del Informe de Responsabilidad Social de la compañía Indra Sistemas S.L

Palabras Clave: Responsabilidad Social Corporativa; Indra Sistemas S.L; Stakeholders; Ética.

Abstract

Corporate Social Responsibility is a term that, despite not being recent, is in vogue in the last few years. This is due to the fact that the population in general: companies and interest groups or stakeholders, are increasingly concerned about the world where we live and its conservation; Nowadays, people prefer to collaborate with those companies that have a socially responsibility and conscious behaviour with society and its resources than with those that are not.

This is why the vast majority of organizations have become aware of this situation and had answered to the latest changes in social policies as quickly as possible; It is important to highlight the fact that these relationships tend to be dynamic and changing to what, at present, is added the difficulty of not losing people who are competitors in the sector and, in addition, are ethically sustainable.

This project main objective is to travel through the concept of CSR from its most theoretical to its most practical side, the analysis of the most relevant aspects of the Social Responsibility Report of the company Indra Sistemas S.L

Key Words: CSR, Corporate Social Responsibility, Stakeholders, Indra Systems S.L; Ethi

ÍNDICE

CAPÍTULO 1. INTRODUCCIÓN	2
1.1. JUSTIFICACIÓN DEL TEMA ELEGIDO	2
1.2. OBJETIVOS DEL TRABAJO	2
CAPÍTULO 2. MARCO TEÓRICO: LA RESPONSABILIDAD SOCIAL CORPORATIVA....	3
2.1. CONCEPTO DE RESPONSABILIDAD SOCIAL CORPORATIVA: ¿QUÉ ES?.....	4
2.2. ORIGEN Y EVOLUCIÓN DE LA RSC.....	7
2.3. PRINCIPIOS DE LA RESPONSABILIDAD SOCIAL CORPORATIVA.....	9
2.4. RSC ¿CARGA O VENTAJA PARA LA EMPRESA?	11
2.5. DIMENSIONES DE LA RSC	12
2.5.1. LA DIMENSIÓN INTERNA DE LA RSC.....	17
2.5.2. LA DIMENSIÓN EXTERNA DE LA RSC	18
2.6. MODELOS DE IMPLANTACIÓN DE LA RSC.....	20
2.7. ¿CÓMO SE MIDE LA RSC? PRINCIPALES INDICADORES Y CERTIFICACIONES.....	21
2.8. LAS AUDITORÍAS ÉTICAS O DE RESPONSABILIDAD SOCIAL CORPORATIVA.....	24
CAPÍTULO 3. LA RESPONSABILIDAD SOCIAL CORPORATIVA Y EL INFORME DE RESPONSABILIDAD SOCIAL CORPORATIVA EN INDRA.....	26
3. PRESENTACIÓN DE LA COMPAÑÍA.....	26
3.1. EL Informe de Responsabilidad Social Corporativa de Indra Sistemas S.L---	29
3.1.1. OBJETIVOS DE DESARROLLO SOSTENIBLE (ODS)	30
3.1.2. INDICADORES GRI DE INDRA SISTEMAS, S.L	33
3.1.3 CERTIFICACIONES OBTENIDAS POR LA COMPAÑÍA E INFORMES DE AUDITORIA EXTERNA.....	45
3.1.3. COMPARATIVA Y POSICIONAMIENTO DE INDRA SEGÚN DIFERENTES MONITORES.....	46
CAPÍTULO 4: CONCLUSIÓN.....	47
CAPITULO 5: BIBLIOGRAFÍA	49

CAPÍTULO 1. INTRODUCCIÓN

1.1. JUSTIFICACIÓN DEL TEMA ELEGIDO

La Responsabilidad Social Corporativa es un término transversal que afecta a diferentes ámbitos de la gestión empresarial, es por ello que debe estar en sintonía con las actividades principales de ésta, tener carácter permanente y estar interiorizado dicho compromiso por parte de todos los escalafones corporativos. Este concepto supone, además, comprender, entender y dominar las necesidades de la sociedad y, a través de la planificación de un grupo de buenas prácticas implantadas, solventar dichas demandas.

El planeta en el que vivimos está sufriendo cada vez más el impacto de la mano humana sobre él y no ha sido hasta hoy día cuando sus habitantes han caído en la cuenta de este hecho y de que en nuestras manos está paralizar o incrementar este deterioro. Cada persona debe aportar su granito de arena a esta causa, y es por ello por lo que la RSC es un tema que se encuentra en boca de todos, ya que los grandes usuarios de la energía, de los recursos y de las relaciones sociales son los primeros que deben predicar con el ejemplo para lograr una comunidad más ética y socialmente responsable en todos los aspectos.

Estos han sido los motivos principales que han conllevado a la realización de este Trabajo de Fin de Grado, así como el tomar como referente a un gigante como Indra ya que, si una empresa de esta magnitud puede llevar a cabo su actividad de forma socialmente sostenible y ética, cualquier empresa- sea del tamaño que sea- e incluso una persona de forma individual, puede también hacerlo y, por supuesto, conseguirlo.

1.2. OBJETIVOS DEL TRABAJO

A continuación, se procederá a explicar los objetivos principales que se pretenden alcanzar con este trabajo de investigación. Los objetivos del compendio total del trabajo se pueden estructurar en tres: el objetivo principal y dos objetivos secundarios.

El objetivo principal de este proyecto es dar a conocer cómo actúa en materia de Responsabilidad Social Corporativa una gran empresa como es Indra, de cara a comprender la relevancia que está adquiriendo este concepto en la sociedad habitada y cómo las empresas, independientemente de su tamaño y misión, están interiorizándolo para incorporarlo tanto en su día a día como en la forma corporativa de actuar. Para la consecución de dicho objetivo se

comenzará por analizar la situación actual de Indra junto con sus principales indicadores, lo que daría la oportunidad de conocer mejor a una empresa con un importante volumen de actividad tanto en España como fuera de ella. Además, se estudiarán y comentarán sus políticas de responsabilidad empresarial respondiendo principalmente tres cuestiones: ¿Ante qué estándares internacionales responde?, ¿Cómo responde la compañía ante dichos Estándares? y, por último, ¿Qué acciones lleva a cabo para el cumplimiento de éstos?

Toda la información que efectivamente hemos sometido a este análisis se encuentra contrastada con fuentes externas que nos han permitido conocer la veracidad de ésta.

Para conseguir el objetivo principal anteriormente comentado será necesario repasar y asentar el concepto de RSC, por lo que se hablaría de la comprensión del concepto de Responsabilidad Social Corporativa en sentido generalizado y amplio, así como la de los principales términos en los que se basa su entendimiento. Algunos de estos serían: stakeholders o grupos de interés, Responsabilidad Empresarial, ética corporativa o conciencia social, por ejemplo.

Por último, el objetivo de este trabajo ha sido, en todo momento, que aquel que lo leyese interiorizase la importancia que supone, tanto para las empresas- independientemente del tamaño de las mismas- como para las personas -entendidas como seres individuales-, tener un comportamiento ético y sostenible con el medio ambiente no sólo por cuestiones productivas sino también por cuestiones de solidaridad para con los individuos y el entorno en el que viven, ya que, al fin y al cabo, son las personas el principal activo a través del cual se puede construir un mundo mejor.

CAPÍTULO 2. MARCO TEÓRICO: LA RESPONSABILIDAD SOCIAL CORPORATIVA

Para analizar la Responsabilidad Social Corporativa de una institución, primero deberá comprenderse el concepto en sí, por este motivo, se usará este capítulo como módulo introductorio al término RSC abarcando desde los orígenes del concepto hasta su aplicación práctica en el Informe de Responsabilidad Social Corporativa.

2.1. CONCEPTO DE RESPONSABILIDAD SOCIAL CORPORATIVA: ¿QUÉ ES?

En la actualidad, los términos Responsabilidad Social Corporativa (RSC), Responsabilidad Social (RS) o Responsabilidad Corporativa (RC) y Responsabilidad Empresarial son algo más que palabras en boga.

Es a grandes rasgos un concepto mediante el cual las organizaciones, de forma voluntaria, toman la decisión de aportar su granito de arena para preservar el medio ambiente y contribuir a la construcción de una sociedad mejor. En este caso, no solo se evaluaría a la empresa en su dimensión financiera, sino que también se tendría en cuenta el ámbito más humano de las compañías, centrándose en los tres ejes del desarrollo sostenible: la dimensión social, la dimensión medioambiental y la dimensión económica.

Las empresas llevan a cabo de manera formal e informal multitud de labores que, a pesar del desconocimiento de sus autores, pueden estar dentro de este contexto (García del Junco et al., 2014)

Según el Instituto Tecnológico de Aguascalientes & Madero Gómez (2018) "Todas las organizaciones ya sean grandes o pequeñas, en países desarrollados o en desarrollo, han comenzado a pensar, planificar e implementar actividades de RSC directa o indirectamente de manera creciente en las últimas décadas"(p.30). Esto podrá aplicarse en diferentes niveles y de diferentes maneras: por ejemplo, existen organizaciones que colaboran con fundaciones externas como actividad dentro de la Responsabilidad Social y otras que poseen una fundación propia a través de la cual realizan este tipo de tareas. Todo dependerá, como es entendible, del volumen de recursos que posea la empresa y su disponibilidad para emplearlo en este ámbito.

Bien es cierto que, a pesar de lo dicho anteriormente, la Responsabilidad Social Corporativa, de ahora en adelante RSC, suelen ser llevadas a cabo por las empresas de mayor volumen y dimensión por razones obvias.

La Responsabilidad Social Corporativa, no sólo es esencial para el éxito organizacional, sino que poco a poco va afectando a más instituciones de todos los entornos, tanto Administraciones Públicas, Universidades, e inclusive el mismo Gobierno. Considerándose el hecho de la no participación en el mismo, un desaprovechamiento de oportunidades.

Antes de ahondar en el término de Responsabilidad Social en su ámbito corporativo, es necesario hacer la distinción entre tres conceptos similares pero que abarcan diferencias que se mencionarán a lo largo de este trabajo de investigación.

En primer lugar, Responsabilidad Social entendida como el deber para contribuir al incremento del bienestar externo e interno, que tienen todas las instituciones, ciudadanos y organizaciones sociales (Fernández, 2005.)

En segundo lugar, la Responsabilidad Empresarial (RE) o Responsabilidad Social de la Empresa se entendería como el equilibrio entre la búsqueda de beneficios de la compañía y el bienestar tanto de la sociedad como de los grupos de interés que rodean a ésta.

Por último, y cómo término que engloba los dos conceptos anteriores en uno solo se obtendría la Responsabilidad Social Corporativa (RSC), que ampliaría su ámbito desde las pequeñas empresas a las grandes corporaciones como pueden ser administraciones públicas, agencias gubernamentales y similares, para mostrar cómo realizan su trabajo de forma ética.

Existen diferentes formas de abarcar el concepto RSC por ello, a continuación, se mostrarán algunos ejemplos representativos:

- Según el Libro Verde (2001) es "esencialmente, un concepto con arreglo al cual las empresas deciden voluntariamente contribuir al logro de una sociedad mejor y un medio ambiente más limpio"(p.4). Se define como "la integración voluntaria por parte de las empresas, de las preocupaciones sociales y medioambientales en sus operaciones comerciales y sus relaciones con sus interlocutores"(p.7)
- Según el Observatorio de Responsabilidad Social Corporativa: "Es una forma de dirigir las empresas basado en la gestión de los impactos que su actividad genera sobre sus clientes, empleados, accionistas, comunidades locales, medioambiente y sobre la sociedad en general."
- Entendida por la ISO 26000 como "La responsabilidad de una organización ante los impactos que sus decisiones y actividades ocasionan en la sociedad y en el medio ambiente, mediante un comportamiento ético y transparente que: contribuya al desarrollo sostenible, incluyendo la salud y el bienestar de la sociedad; tome en consideración las expectativas de sus partes interesadas, cumpla con la legislación aplicable y sea coherente con la normativa internacional de comportamiento, y está integrada en toda la Organización y se lleve a la práctica en sus relaciones."(Instituto Tecnológico de Aguascalientes & Madero Gómez, 2018, p.31)

Por tanto, podría entenderse que la RSC se trata de una mezcla de aspectos éticos, morales, legales y ambientales y aunque a día de hoy exista una legislación reguladora, solo se

someterán a ella aquellas empresas que así lo deseen. Destacamos la voluntariedad de aplicación ya que sólo mejorará la visión global que el exterior tiene sobre la organización, pero en caso de no ser aplicada no estaría incumpliendo ninguna norma legal.

No obstante, su aplicación se ve reflejada en múltiples beneficios, tanto a nivel externo como a nivel interno. A nivel interno, se traduce en una mayor productividad ya que al producirse una menor rotación interna provoca una mejor conservación de los empleados y, en general, la satisfacción en relación al empleo es mayor en empresas donde se aplica la RSC que en aquellas que no.

Además, debido al aumento de la preocupación en los últimos años por los problemas de índole social han cambiado los modelos conductuales de los consumidores, optando éstos por aquellos productos y servicios que favorecen o ayudan a los colectivos más desafortunados. Las compañías toman cuenta de este hecho y siguen estrategias de diferenciación con respecto a sus competidores mediante la aplicación de la Responsabilidad Social Corporativa. Resulta oportuno comentar también que dichos comportamientos éticos suelen ser registrados mediante certificaciones, como consecuencia, los clientes pueden ver qué compañías cumplen con las normas éticas provocando en ellos una mayor fidelidad y, por tanto, relaciones más duraderas a largo (García del Junco et al.,2014)

La transparencia a la hora de reflejar las cuentas e informes en una empresa, así como la claridad al expresar los procedimientos llevados a cabo por parte de la misma en diferentes áreas será también uno de los pilares en los que se basa la Responsabilidad Social Corporativa, y, por lo tanto, este proyecto.

En el orden de las ideas anteriores, debemos resaltar la clara distinción entre lo que realmente es considerado Responsabilidad Social Corporativa, que serían acciones sociales llevadas a cabo por la empresa de forma altruista y lo que no estaría considerado como tal, aquellas acciones sociales llevadas a cabo por la empresa aparentemente de forma altruista, pero con la finalidad oculta de generar beneficios para sí. Un ejemplo de lo mencionado son aquellas corporaciones que usan las donaciones, el marketing y las acciones sociales para compensar de algún modo un daño que hayan provocado con sus acciones a la sociedad y que afectan, por lo tanto, a su reputación. Este tipo de comportamiento se considerará parte de la RSC siempre que no se realicen únicamente de cara al exterior y se complementen con otras acciones que verdaderamente sean desinteresada.

2.2. ORIGEN Y EVOLUCIÓN DE LA RSC.

La ética empresarial es comportamiento en auge en el mundo de la empresa. Cada vez son más los casos de especulación financiera, corrupción y falta de veracidad, entre otros muchos, que trascienden a diario. Y no sólo en el ámbito público sino también en el privado, es por ello que las empresas ven necesario realizar una gestión empresarial basada en comportamientos y prácticas éticas, pero, ¿Qué puede entenderse por Ética Empresarial? Señala García Leal (2013) que la responsabilidad social en una compañía trata de implantar principios éticos a la hora de tomar decisiones corporativas e intentan incrementar el volumen ético de las acciones de la misma, hace además una diferenciación entre:

- Responsabilidad Social Corporativa, lo que entiende como acciones que se realizan de forma voluntaria por parte del empresario para tratar de forma responsable y consciente los impactos ambientales de sus operaciones comerciales, así como las inquietudes de sus colaboradores. Hace referencia este término a los grupos de interés que rodean la empresa.
- La Ética de la Empresa, son los principios y legislaciones éticas usadas para solucionar diferentes problemas de índole moral o ética en el ámbito empresarial.

El origen de la Ética Empresarial data entre 1987 y 1990, ya que en la primera fue creada la European Business Ethics Network, en español Red Europea de Ética de la Empresa y a partir de ese momento fueron creándose documentos referentes a estos conceptos.

Fue en 1990, ante los escándalos que se produjeron en empresas como Enron o WorldCom cuando surgió la necesidad de darle la importancia que merecía a la ética dentro del ámbito de la empresa.

En cuanto al origen del término RSC, Emmanuel Raufflet propone en su libro: "Responsabilidad corporativa y desarrollo sostenible: una perspectiva histórica y conceptual" cuatro grandes etapas descritas por Pasquero (2005).

En el siglo XX datan los inicios del Gran Capitalismo, marcado por la diferencia entre las grandes fortunas logradas en cortos espacios de tiempo, y por tanto de dudoso origen, y el resto de la población. Esta diferencia da lugar a que los primeros se valgan de sus posiciones empoderadas para establecer negocios monopolísticos y oligopolísticos. Debido a este hecho, no tardarán en llegar los enfrentamientos entre los pequeños comerciantes, ciudadanos, consumidores y estas grandes fortunas. Se aprobaron leyes antimonopólicas para tratar de paliar estos abusos que sufrían y muchas compañías fueron desmanteladas, un ejemplo de ello fue la empresa Standard Oil.

Estas serán, según Pesquero (2005), las primeras pinceladas de lo que hoy se conoce como RSE o RSC, y será conocida como **RSE Inducida (1880-1929)**, "inducida" por las reacciones de los poderes judiciales ante estos injustos hechos, pero no será hasta un siglo más tarde cuando tome verdadera relevancia por ser un hecho innovador y al poder de los grandes comerciantes frente a las pequeñas minorías.

La 2º Etapa, **RSE enmarcada (1930-1970)**, estará marcada por la crisis de 1929. Las vidas de gran parte de la población mundial se vieron afectadas y se despertaron antiguas rivalidades (López, 2009).

La RSE de este lapso de tiempo trata de mantener en un equilibrio coherente las políticas económicas, las políticas corporativas y las actuaciones de ambas partes. Además de su intento por fomentar unos vínculos más sanos y sostenibles entre accionistas y corporación, destacando como meta principal en su estrategia la regulación por parte del estado de situaciones de monopolio u oligopolio.

La 3º etapa, **RSE Obligatoria (1960-1970)**, coincidirá con los últimos años de la etapa anterior. Durante este periodo crece la preocupación en el ámbito ético aplicado al medioambiente, así como a la sociedad y la economía. Tenemos a una población más preocupada y concienciada sobre las consecuencias que sus actos tienen en el medio. Las acciones estarán enfocadas en promover limitaciones y leyes sociales bajo las que la empresa debe actuar.

La 4º etapa, conocida como **RSE Voluntaria (1970-1980)**, tendrá como principales sucesos la aparición de los límites del pacto fordista, el surgimiento de la ideología neoliberal, reflejado en políticas de desregularización y liberalización, con los ejemplos de Thatcher en el Reino Unido y Reagan en EEUU, y las privatizaciones. En el ámbito económico destacan la globalización y el crecimiento del volumen de transacciones internacionales motivado por la utilización de las nuevas tecnologías, el empoderamiento de las empresas a nivel local y global, y el debilitamiento de los Estados, principalmente por el elevado endeudamiento. El periodo más reciente es denominado por Reich (2007) como el supercapitalismo. Los principales perdedores de este periodo fueron los empleados, gobiernos y ciudadanos, por la mala situación económica y de precariedad salarial en muchos casos. Por otro lado, también hay actores que salen beneficiados; los accionistas, los dirigentes y ejecutivos de las empresas y los consumidores de los países industrializados.

Actualmente la RSC trasciende de los conceptos de necesaria u obligatoria, va más allá, se antoja necesaria para un entorno cada vez más competitivo en el que se hace muy complejo

destacar y encontrar ventajas competitivas. Más si cabe, en un entorno cada vez más socialmente responsable e interesado en medidas sociales y que respeten el medio ambiente, los derechos de los trabajadores, etc. Es por ello que esta quinta etapa es conocida como **RSC Necesaria (Actualidad)**. Los consumidores la requieren en las empresas para convertirse en clientes suyos, y estas la promueven a través del marketing social, el cual cada vez gana más adeptos. Las empresas crean contenido social más allá del estrictamente relacionado con su actividad principal, promoviendo acciones sociales y sistemas de gestión que convengan en actuar con todas y cada una de las acciones inteligentes de la empresa (Barranco, 1990).

2.3. PRINCIPIOS DE LA RESPONSABILIDAD SOCIAL CORPORATIVA

Se entiende por principio una ley o regla que debe cumplirse con cierto propósito, con la finalidad de lograr una meta. Pues bien, la Responsabilidad Social Corporativa sigue una serie de valores reguladores que deben ser cumplidos en el caso de querer conseguir la implantación correcta de la misma. A continuación, se procederá a enumerar según presenta Gessa Perera et al. (2008) en su trabajo:

- *Gobierno Corporativo*: Es entendido como la forma de gestión y control con la que son dirigidas las empresas. Es de lógica, por lo tanto, que no pueda concebirse una política de responsabilidad sin una forma solvente y honesta de proceder. De este hecho deriva que los órganos de gobierno junto con la directiva se sumen a la aplicación de la RSC. En España, como ejemplo de iniciativa de un código unificado de buen gobierno de las sociedades cotizadas se creó el *Código Conthe*¹, que contiene una miscelánea de sugerencias que pueden realizar las empresas cotizadas de forma voluntaria (Farben, 2015).
- *Participación y compromiso de los recursos humanos*: Los recursos humanos forman parte del eje central de una empresa, por lo que unos trabajadores motivados y dispuestos a aplicar prácticas responsables dentro de la misma es clave para lograr alcanzar las metas que se propongan tanto en el ámbito medioambiental como en el económico o social.
- *Transparencia en la información y compromiso público*: En esta ocasión, se resalta un principio que es de mayor importancia, si cabe, que el anterior debido a que los grupos de interés de las empresas deben ser conocedores de toda la información corporativa que afecte en su toma de decisiones; y dicha información tiene que estar siempre expresada de manera fidedigna y

¹ Código Unificado de Buen Gobierno de las Sociedades Cotizadas (2006)

ajustada a la realidad, además su expresión debe ser clara y concisa para que este grupo pueda comprenderla con facilidad.



Figura 1. Principios de la Responsabilidad Social Corporativa

[FUENTE: *Elaboración propia.*]

- *Mejora continua:* El entorno en el que operan la mayoría de las empresas, se caracteriza por ser cambiante y dinámico, por lo que éstas deben intentar mantenerse en una tónica de perfeccionamiento constante y esto debe verse reflejado en sus estrategias, para una mejora tanto en los procedimientos como en los productos y servicios que ofrezca la compañía.
- *Gestión medioambiental:* Cuando se explica la forma de operar de cada compañía, sea cual sea su sector, siempre puede encontrarse un denominador común al que afectan todas y este es el medioambiente. Es por eso que todas, independientemente del ámbito en el que trabajen deben desarrollar estrategias para tratar de contribuir en la mejora o al menos en la minimización de los daños generados en el medio.
- *Comunicación con los stakeholders:* Es por todos conocido, que no existe una política de RSC ética si no existe una comunicación buena y directa entre la compañía y sus *grupos de interés o stakeholders*. Para lograr los objetivos que se propongan, las empresas no solo deben atender a los requerimientos o peticiones de sus inversores, sino que deben tener en cuenta, de algún modo, los intereses de todas aquellas personas que influyan directa o indirectamente en la corporación. Este diálogo no puede llevarse a cabo si no existe voluntad entre ambas partes de establecer comunicación, por lo que todos deberán de aportar su grano de arena para lograr una RSC responsable.

Principios	Prácticas responsables
Gobierno corporativo	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Comité de RSC o departamento (compromiso expreso de la dirección) ▪ Código de conducta o de buen gobierno ▪ Política Social Responsable ▪ Mecanismos internos de regulación, supervisión y control de funciones y responsabilidades de gestores ▪ Auditorías de cuentas
Compromiso público y transparencia informativa	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Memorias de RSC ▪ Sustainability Reporting ▪ Marketing con causa ▪ Iniciativas sociales, culturales, medioambientales
Mejora continua	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Sistemas de Gestión de la Calidad ▪ Sistemas de gestión de la RSC ▪ I + D + i
Gestión medioambiental	<ul style="list-style-type: none"> ▪ SGM, normalizados o no ▪ Guía de prácticas medioambientales o código de conductas medioambientales ▪ Indicadores medioambientales ▪ Memorias/informes de sostenibilidad ▪ Etiquetado ecológico
Comunicación stakeholders	<ul style="list-style-type: none"> ▪ <i>Stakeholders Relation Management (SRM)</i> ▪ Informes/Memorias ▪ Encuestas de satisfacción de los clientes ▪ Evaluación del clima laboral ▪ Reuniones con los diferentes sectores ▪ Redes de sinergias mutuas con proveedores ▪ Convenios de colaboración
Recursos humanos	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Código ético ▪ Medidas de salud y seguridad laboral (sistemas de emergencia, evacuación, en general de prevención de riesgos laborales) ▪ Programas de formación (en todos los ámbitos) ▪ Otras prácticas: teletrabajo, flexibilidad de horarios, comunicación, recompensas, etc.

Figura 2. Aplicación práctica de los principios de la Responsabilidad Social Corporativa.

[FUENTE: Gessa Perera, Jiménez Jiménez, Ruiz Jiménez, & García Gragera.P.8,(2008)]

2.4. RSC ¿CARGA O VENTAJA PARA LA EMPRESA?

No es extraño que por la mente de los empresarios ronde el pensamiento recurrente de si la Responsabilidad Social Corporativa es una obligación más que un beneficio para las compañías, dado que con su implantación se requerirá el cumplimiento de un mayor número de normativas y leyes por parte de la empresa, que además son voluntarias y no de obligatorio cumplimiento. Para demostrar lo contrario, el autor Francés Gómez (2008) comienza explicando la postura contraria y propone la teoría de los años setenta del economista Milton Friedman acerca de que la única responsabilidad social de los negocios es la de crear beneficios respetando las leyes y los contratos. Este pensamiento está basado en el argumento de que, en el libre mercado, el obtener o no beneficios se deriva de la eficiencia y creatividad de la propia empresa. Así los negocios que tengan mejores condiciones serán los mismos que tengan beneficios. Este beneficio permitiría saber, de una forma u otra, que empresas son legal y económicamente responsables. Esta tesis se ve desalentada con la situación económica que se da durante el siglo XXI, ya que Friedman entiende que el mercado tiene una estructura semiperfecta no siendo esto cierto ya que todas las decisiones tomadas por los consumidores son libres e independientes unas de otras.

A diferencia de antaño, actualmente existen empresas cuya influencia es mayor que la de los propios gobiernos llegando a tener incluso influencia en estos. De ahí que nazca la necesidad de que sean las propias empresas las que decidan actuar de forma socialmente responsable por sí mismas ya que este hecho se reflejará de forma positiva en toda la comunidad. Debido a esto, la teoría de Friedman sería errónea e insuficiente a día de hoy.

Puede concluirse diciendo que la Responsabilidad Social Corporativa es una ventaja que afecta tanto a la sociedad en general como a la propia empresa, a través de pequeños esfuerzos realizados por esta última para procurar la construcción de un mundo más ético además de la conservación medioambiental.

2.5. DIMENSIONES DE LA RSC

Entre las propuestas más aceptadas por los estudiosos para la comprensión de las dimensiones de la Responsabilidad Social Empresarial destacan 3 modelos: El modelo de la pirámide de Carroll, el modelo de Brown y Dancin y el modelo de desarrollo sostenible. A continuación, se expondrán brevemente una explicación de cada uno de ellos (García del Junco et al., 2014)

Modelo de Carroll

De acuerdo con Carroll, la RSC es entendida como un término que engloba las expectativas económicas, legales, éticas y voluntarias que en un momento determinado tiene la sociedad sobre las organizaciones. El autor ofrece un modelo dividido en cuatro dimensiones, que dependen una de otras de forma sucesiva. Se encontraría en primera instancia, la *dimensión económica*, esta se basaría a las expectativas de la sociedad acerca de la rentabilidad y utilidad de las empresas a través de la fabricación y venta de bienes y servicios; seguidamente se habla de *la dimensión legal*, que serían las expectativas que tiene la sociedad sobre que bajo el marco jurídico establecido, las empresas alcancen sus objetivos económicos; en el tercer escalón de la pirámide encontramos *la dimensión ética* basada en las expectativas de la sociedad de que el comportamiento y las prácticas empresariales satisfagan algunas normas de ética; y para terminar, en el nivel más alto de la figura se encuentra *la dimensión discrecional o filantrópica*, que trata sobre las expectativas que tiene la sociedad acerca de que las corporaciones participen de forma voluntaria en tareas o actividades que cumplan con normas socialmente beneficiosas (Alvarado Herrera y Schlesinger Díaz, 2013)



Figura 3. Pirámide de Carroll. Gráfica explicativa de la Pirámide de Carroll basada en la información anteriormente expuesta. [FUENTE: *Elaboración propia.*]

Proponen Alvarado Herrera et al. (2013) que a raíz de este modelo puede encontrarse un denominador común de las dimensiones de la RSC que es la congruencia entre las expectativas de la sociedad acerca del comportamiento de las empresas y su manera real de actuar.

Modelo de Brown y Dacin

Proponen Brown y Dacin (1997), en su artículo explorar la influencia de varios tipos de asociaciones percibidas por los consumidores respecto a la empresa. Por un lado, figuran las llamadas "CAa o Corporate Ability associations" y por el otro, las "CSRa o Corporate Social Responsibility associations"

La primera de ellas, las CAa, son aquellas asociaciones relacionadas con la experiencia de la empresa respecto a la producción y entrega de sus outputs. Cabe destacar que éstas tienen un marcado aspecto económico y técnico; El segundo tipo, las CSRa, son "el reflejo del estatus y las actividades de una compañía respecto a sus obligaciones sociales percibidas" y se centrarían en cuestiones éticas.

Tras analizar el comportamiento de los consumidores en relación a ambas clases de empresas, se llegó a la conclusión que las situaciones referentes a los aspectos económicos y técnicos de las CAa tienen una influencia mayor que las relativas a cuestiones no económicas (CSRa) en las valoraciones que hace el consumidor acerca de la empresa y el producto.

Modelo de Desarrollo Sostenible (DS)

El Modelo de Desarrollo Sostenible es un modelo orientado al futuro, ya que trata de cubrir las necesidades actuales sin afectar a la posibilidad de que las generaciones venideras satisfagan las suyas (World Commission on Environment and Development). Basado en tres líneas principales:

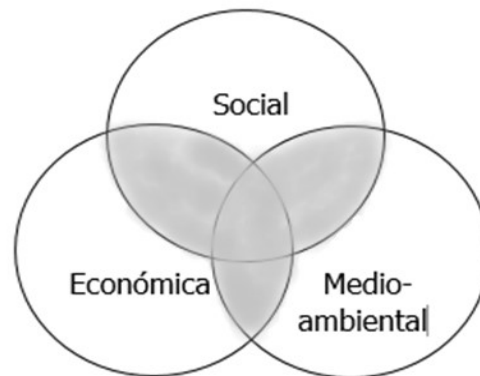


Figura 4. La Responsabilidad Social Corporativa según el modelo de desarrollo sostenible.
[FUENTE: García del Junco et al.,2014, p.24]

El planteamiento acerca de la sostenibilidad de los tres ejes es el siguiente:

Para que un sistema sea *económicamente sostenible* en el tiempo debe poder producir bienes y servicios de forma continuada para que tanto se mantengan los niveles de gobierno y además para evitar los desajustes sectoriales.

AL hablar de un *sistema socialmente sostenible* debe cumplir con el principio de equidad distributiva, es decir, hacer un uso equitativo e igualitario de los servicios como sanidad y educación; también conllevará la igualdad de género, entre otros.

Para terminar, al hacer referencia a un *sistema ecológicamente sostenible* se estará haciendo alusión a una sociedad donde se evite la sobreexplotación de recursos renovables, y donde se utilicen los recursos no renovables de forma consecuente y responsable. Esto conllevaría actuar de forma prudente con el medio ambiente, de forma general.

Estos tres modelos que expuestos han sido utilizados como base en diferentes estudios sobre RSC.

A continuación, se expondrá según proponen García del Junco et al. (2014) un mapa de teorías en las que se basa la RSC, dicha información está extraída de las investigaciones exhaustivas y estudios realizados por los autores Garriga y Melé y Alvarado. Estos autores afirman que el marco teórico de la Responsabilidad Empresarial es muy amplio y de cierta complejidad ya que abarca catorce teorías diferentes y proponen la agrupación de estas en cuatro categorías: *teorías éticas, teorías instrumentales, teorías políticas y teorías integradoras.*

Se procederá a explicar cada una de ellas con detalle.

Teorías éticas

En este grupo se encuentran aquellas teorías en cuyo eje se encuentran las responsabilidades de carácter ético que la empresa tiene con la sociedad. Aquí se podrán hallar los principios necesarios para conocer que es correcto hacer y que no lo es según los criterios de la RSC haciendo hincapié en la incipiente necesidad de una sociedad mejor. Esta categoría está formada por las siguientes teorías:

- *Teoría normativa de los stakeholders*: explica el hecho de que la empresa debe atender de forma simultánea los intereses de todos sus grupos de interés y no sólo los de sus accionistas.
- *Derechos universales*: estas teorías están basadas en la Declaración Universal de Derechos Humanos publicada por la Organización de Naciones Unidas (ONU) en el año 1948. Defendiendo que la empresa debe cumplir todos y cada uno de los derechos humanos en sus instalaciones.
- *Desarrollo sostenible*: esta teoría fue comentada con anterioridad en este trabajo y se basa en el uso coherente de recursos para la producción de bienes y servicios en la empresa.
- *Enfoque del bien común*: expone que la empresa, como parte de la sociedad, debe participar en hacer el bien de todos los integrantes de la misma.

Teorías instrumentales

En esta categoría, podrá entenderse el concepto de RSC, como la herramienta para alcanzar los objetivos económicos y conseguir una ventaja competitiva que consiga diferenciar la empresa del resto de los competidores que operan en el mismo mercado. Se ubicarán en este grupo:

- *La maximización del valor para el accionista*: según esta teoría la única obligación de la empresa con la sociedad es la de crear el máximo beneficio para el accionista cumpliendo siempre las leyes éticas, jurídicas y costumbres del país del que se trate.
- *El marketing con causa*: aquí se aboga por un marketing que permita la mejora de las relaciones con los grupos de interés a través de la creación de la imagen de marca. Sigue una estrategia de diferenciación.
- *Las estrategias para lograr ventajas competitivas*: en este grupo se indica cómo asignar los recursos para conseguir metas de carácter social a largo plazo, y como consecuencia, obtener una ventaja competitiva. En marco de esta teoría está formado por tres enfoques:

1. *Las inversiones sociales en un entorno competitivo:* No es más que la explicación de cómo la empresa puede mejorar su imagen social, alcanzando por esa vía la ventaja competitiva, a través de la inversión en actividades altruistas. Recordemos que cualquier acción con este carácter que realice una corporación generará mucho más valor social que el que pueda generar cualquier particular.
2. *La visión y capacidades dinámicas de la empresa basada en recursos naturales:* los resultados que obtiene una empresa con respecto a otras competidoras no es más que la forma en la que emplea sus recursos para generar valor tanto en el corto como en el largo plazo.
3. *Las estrategias para la base de la pirámide económica:* son aquellas modalidades que tratan de producir bienes de bajo coste que se adapten a las necesidades de la mayor parte de la población que está en situación de podredumbre o es parte de la clase media baja

Teorías políticas

En esta categoría se encuentran las teorías relacionadas con la utilización consciente que realizan las empresas de su poder en la sociedad tanto en el escenario global como en el ámbito político.

En primer lugar, aparece la teoría del *constitucionalismo corporativo*, donde la empresa se entiende como un organismo que utiliza su poder social de forma responsable, donde las obligaciones éticas de las empresas provienen de su poder social y además se resalta el hecho de que quien no ejerce de forma sensata el poder que le es concedido, lo perderá.

En segundo lugar, expone la llamada *teoría integradora del contrato social*. En ella se analiza la relación entre sociedad y empresa de forma contractual que conlleva obligaciones indirectas de la organización para con la sociedad.

Por último, se pone de manifiesto *la teoría corporativa*, en la cual es la empresa la que siente que debe ser responsable tanto con el medio ambiente, como con la comunidad y las asociaciones de su entorno.

Teorías integradoras

Se agrupan en este conjunto las teorías que están enfocados a la captación, identificación y resolución de las demandas de tipo social de los grupos de interés de la empresa con el fin de fidelizarlos, aumentar su reconocimiento social y aceptación. Podemos encontrar aquí:

La gestión de asuntos sociales: que explica la manera que tiene la empresa de gestionar y responder a los problemas de tipo social y político que le incumben de una forma u otra.

Seguidamente, el *principio de responsabilidad pública* que se basa en las acciones del proceso público en lugar de en la visión moral que puedan tener los grupos de interés.

Al hablar de *la gestión de los grupos implicados*, también conocidos como *stakeholders*, la empresa intenta que las personas afectadas por las actuaciones y políticas empresariales participen en la toma de decisiones de gestión. En último lugar, se habla de *la acción social corporativa*, en la que se busca la legalidad social mediante procesos que ponen solución a los problemas que puedan existir.

Una vez entendidas las distintas teorías del marco teórico en el que se basan los modelos e ideas de la Responsabilidad Social Corporativa, se pasará a comprender las dimensiones que engloban de forma general dichas teorías y modelos; que, a su vez, están divididas en dos partes: la dimensión externa de la empresa y la dimensión interna por otro lado.

2.5.1. LA DIMENSIÓN INTERNA DE LA RSC

Este apartado se refiere a la idea de que existe un núcleo en el cual la Responsabilidad Social de cualquier compañía debe centrarse y tener como prioridad, se habla de los grupos de interés internos o *stakeholders* internos; forman parte de este grupo tanto los accionistas como los empleados de la empresa (Francés Gómez, 2008).

Existen dentro de la dimensión interna una serie de prácticas socialmente responsables que afectan a los empleados de la empresa y tratan cuestiones tales como la salud; la inversión en recursos humanos; la gestión del impacto ambiental y de los recursos naturales; y la gestión del cambio. Mediante esta vía se trata de conciliar el desarrollo de la sociedad con el aumento de competitividad de la empresa. Se procederá a conocer un poco más acerca de cada una:

En términos referidos a la *gestión de recursos humanos*, se hablará del conjunto de actividades que realiza la empresa para actuar de forma beneficiosa para sí misma, si a trabajadores y a accionistas se refiere, y socialmente responsable con el medio en el que opera. Uno de los puntos que trata son las vías para atraer a trabajadores cualificados y lograr que permanezcan en la empresa. Algunas de las prácticas más utilizadas son la conciliación entre vida laboral y familiar, la equidad retributiva en las mujeres, la autonomía de los propios trabajadores en sus tareas o la seguridad en la posición de trabajo. Además, menciona el hecho de que unas prácticas éticas de contratación pueden favorecer a los grupos más discriminados, lo que se verá reflejado en una lucha indirecta contra la inclusión y en un aumento de la tasa de empleo que se encuentran recogidas en las *estrategias europeas de empleo*. Por último, en el ámbito

del continuo aprendizaje, se plantea la posibilidad de comunicación entre agentes locales y corporaciones para estudiar las necesidades de formación que existan, así como la realización de actividades como fomentar la transición de los más jóvenes de la escuela a la vida laboral o la creación de un entorno intracorporativo que fomente el aprendizaje permanente de los empleados de esta. Otro punto es *la adaptación al cambio*. Tras las grandes crisis económicas, sociales y políticas ocurridas en Europa a lo largo de la historia, se han producido grandes reestructuraciones de plantillas en muchas empresas, tanto grandes como de pequeño y mediano tamaño, dando lugar a un gran desconcierto y desconocimiento de cómo actuar por parte de las personas afectadas (Comisión de las Comunidades Europeas, 2001). La adaptación al cambio no es más que el conjunto de actuaciones moralmente correctas que realiza la empresa ante una situación similar a la comentada arriba; donde se tienen en cuenta los intereses y decisiones de los propios afectados. Este hecho marca la diferencia entre tener éxito o no en un procedimiento de este tipo, ya que los métodos realizados en estos procedimientos son tan importantes como el fondo del cambio en sí. Para terminar, se explicará la *gestión del impacto ambiental y de los recursos naturales*. La disminución del consumo de recursos, así como de las emisiones contaminantes tiene consecuencias positivas en dos ámbitos, tanto para la protección del medio ambiente, por un lado, como para la mejora de la rentabilidad de la empresa, por otro. En lo que respecta al primero se denomina una inversión ventajosa para todas las partes también conocida como *win-win opportunities*. Este tipo de inversiones implica un doble beneficio aplicándose tanto a la empresa en cuestión como al mundo de manera global. Un ejemplo de la gestión del impacto medioambiental es la Política Integrada de Productos, también conocida como PIP, que permite, mediante la cooperación entre empresas y autoridades públicas el análisis del impacto que va teniendo el producto durante su ciclo de vida. Esto permite que empresa y los agentes interesados se sienten a plantear opciones más rentables para dichos ciclos, permitiendo así la mejora en el proceso de preservación del medio ambiente.

En definitiva, las empresas son conocedoras de las oportunidades que les brinda la mejora en aspectos socio-ecológicos y no dudan en exprimir las al máximo para obtener beneficios de ellas.

2.5.2. LA DIMENSIÓN EXTERNA DE LA RSC

Para empezar, se comenzará exponiendo que lo explicado anteriormente en la dimensión interna es sólo una pequeña parte del total que engloba la Responsabilidad Empresarial como

tal, pasando a continuación a comentar el resto de la dimensión que recoge los sujetos que rodean a la empresa y que, por tanto, tendrán la misma importancia, e incluso en ocasiones más, que los integrantes del ámbito interno. Esta esfera externa de las corporaciones está formada por: el entorno social y medioambiental cercano, las comunidades locales, los socios comerciales, proveedores, consumidores y todos aquellos sujetos cuyas acciones tengan consecuencias, directas o indirectas, sobre la empresa o viceversa.

Postula Francés Gómez (2008) que las dimensiones de la empresa se comprenden mejor si trazamos círculos concéntricos alrededor de la empresa. El primer círculo, aquel que el autor piensa que es el núcleo de responsabilidad social, se encuentran los stakeholders internos, ya explicados en el punto anterior, que son los accionistas y empleados. Los intereses de estos recogen la razón de ser última de la corporación. En el segundo círculo, externo pero inmediato se encontrarían lo que se denominado la dimensión externa, y por tanto conformada por entorno medioambiental, clientes y proveedores y administraciones públicas. Se destaca, además, que para la empresa es necesaria la creación de valor en este círculo. Algunos ejemplos pueden ser: la contribución a los fines comunes según las leyes vigentes, hecho que satisfaría a las administraciones públicas; la producción de riqueza y empleo de forma ética tratando de no dañar el medio ambiente; o la creación de productos y servicios deseables para los clientes. Francés Gómez trata de resaltar el hecho de que una empresa que no crea valor en la sociedad y en el mercado, no puede generar empleo o utilidades en los participantes de la misma. Y añade que, para conseguir generar valor en la primera circunferencia se deberá de haber generado valor en la segunda con anterioridad, es decir, la una depende de la otra. En último lugar, aparece la tercera circunferencia y la más alejada del núcleo de las existentes, la cual está formada por el resto de stakeholders antes mencionados. Aquí la responsabilidad dependerá del tipo de relaciones que mantengan con la empresa. Es importante decir, que existe un cierto orden de responsabilidad y a pesar de que aparentemente se invierta, es solo eso, apariencia. El autor expone un ejemplo donde una cadena comercial sufre boicot siendo acusada de pagar mal a sus empleados y de tener el núcleo de producción en países tercermundistas, acusándose a sus fundadores de estafadores y seres sin escrúpulos, además de tener repercusión incluso en la prensa. Pues bien, suponiendo que es un malentendido, será necesario un esfuerzo enorme de comunicación para tratar de solucionarlo y aun así no convencerá a muchos activistas y consumidores. Dada esta situación puede que la empresa valore la posibilidad de donar o realizar acciones directas en aquellas comunidades de productores más necesitadas. Esta decisión conllevaría renunciar a mayores beneficios a cambio de realizar un buen gesto con aquellos que más lo necesitan. Se estaría ante un caso

en el que la empresa tiene que afrontar y solucionar un malentendido por causas difusas (proveniente de este tercer círculo, en la mayoría de los casos) en vez de crear una ventaja a las personas que conforman la empresa. En adición a lo dicho, debe resaltarse que no se puede confundir estos casos con una auténtica Responsabilidad Social Corporativa, ya que esto sería meramente un lavado de imagen por parte de la compañía. Una forma de no confundir ambos casos, es que la empresa tenga claro que su prioridad se encuentra en el núcleo empresarial (salarios, transparencia, conciliación...etc.) y de ahí parta hacia afuera pasando por el resto de circunferencias concéntricas.

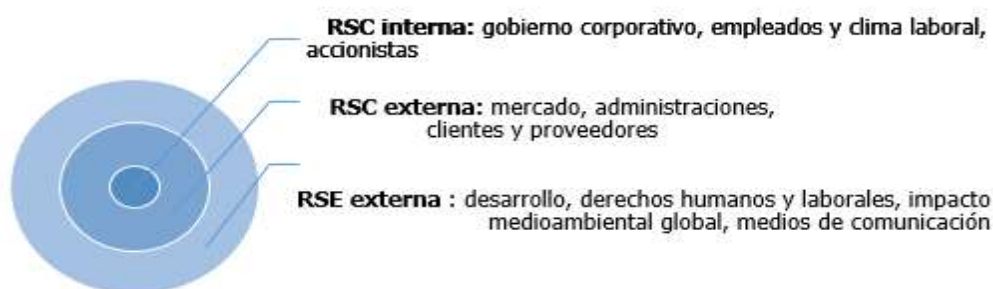


Figura 5. Dimensiones de la Responsabilidad Social Corporativa [FUENTE: Francés Gómez, 2008.]

2.6. MODELOS DE IMPLANTACIÓN DE LA RSC

Comenta Navarro García en su libro *La Responsabilidad Social Corporativa: Teoría y Práctica*, que existen normas y marcos para gestionar la empresa que hace que la compañía pueda incluir en su toma de decisiones apreciaciones de tipo medioambiental o social que podrán ser aplicadas con la ayuda de los grupos de interés de la misma.

“Las normas, los sistemas o los marcos de gestión son herramientas internas para que las empresas y otras organizaciones puedan integrar sus valores en la práctica cotidiana. Para ser más exactos, los sistemas de gestión se refieren a un conjunto de procedimientos, pasos distintos y especificaciones que utiliza una organización, generalmente grandes empresas que necesitan sistematizar sus actuaciones para gestionar un proceso o una actividad.” (Navarro 2012, p.128)

Lo que quiere decir el autor, es que no solo es necesaria la existencia de estos sistemas de gestión, sino que si se desea que la empresa tenga cierta notoriedad tendrá que existir por parte de las altas esferas de la misma el deber de comprometerse a cambiar la cultura empresarial y a cumplirla. Este cumplimiento vendrá seguido de revisiones cada poco tiempo a todas las áreas de la compañía para comprobar que efectivamente se está actuando

correctamente. Para poder implantar la estrategia de desarrollo de la RSC, Fernando Navarro propone cuatro aspectos destacables:



Figura 6: Aspectos de la implantación estratégica de la RSC

[FUENTE: Elaboración propia.]

1. La cultura empresarial: se vería compuesto por las tradiciones y valores corporativos. La empresa debe preocuparse de fomentar un ambiente en el que haya un compromiso por parte de todos los integrantes de respeto hacia dichos aspectos.
2. La estructura organizativa: en la que se tomará como ejemplo la figura directiva, son ellos los encargados de actuar con respeto hacia la estructura implantada para que así puedan ser tomados como referencia por el resto de trabajadores. Es importante establecer similitud entre el dicho y el hecho.
3. Seguimiento y control: es destacable, como se ha repetido en numerosas ocasiones, el hecho de que debe utilizarse en todo momento criterios transparentes y claros de comprobación. La aplicación de estas normas con la mayor transparencia posible, persigue, por un lado, que se pueda alegar que las acciones realizadas tienen su motivación en el bien común; Y por otro lado, que sea más sencilla la búsqueda de la mejora continuada del proceso que tendrá como consecuencia, además, que el personal se vea motivado por la consecución de objetivos y la calidad de los trabajos llevados a cabo.
4. Comunicación al público de la actuación social: esto no sería más que, mediante unos criterios transparentes y veraces, se estableciesen comportamientos que satisficiesen a los grupos de interés de la empresa, entablando así relaciones donde imperase la confianza. Este hecho tendría como consecuencia una mejora de la imagen corporativa.

2.7. ¿CÓMO SE MIDE LA RSC? PRINCIPALES INDICADORES Y CERTIFICACIONES.

El grado de implicación que tiene una empresa u organización en lo referente a la RSC y de desarrollo de medidas para impulsar comportamientos éticos pueden ser medidos de diferentes formas. Atendiendo las explicaciones de Fernando Murgaza y del Dr. Pedro Francés

en su Cuaderno de Forética, se puede decir que existen cinco instrumentos que destacan entre los más comunes para medirla e impulsarla.

- **Declaraciones corporativas.** También denominada “Declaración de misión, visión y valores” de la empresa, conceptos que van ganando peso en un entorno de gestión de valores. Son, generalmente, documentos cortos y simples emitidos por las empresas y que recogen la definición de sus valores, que no hacen más que guiar y marcar el rumbo de actuación de una entidad, en todo tipo de materias. La gran mayoría de las empresas ya recogen estas declaraciones en sus webs corporativas, y muchos son los interesados que acuden a ellas, ya que define de forma concreta el hacer y proceder. Obviamente estas pierden su valor si no están alineadas con las acciones de las empresas, hecho que puede llegar a generar desconfianza. Deben estar actualizadas y tener un seguimiento. En el caso de ser coherentes y estar actualizadas, serán un elemento impulsor de las RSE.

- **Códigos de conducta empresarial.** También se denominan “Códigos éticos”, o “de ética corporativa”, sirven como marco de acción para todos los integrantes de la empresa para actuar de acuerdo con los principios éticos comunes. Actualmente están muy extendidos y son utilizados por la gran mayoría de empresas. Es una herramienta interna para los miembros de las organizaciones, cumpliendo con una función de control. Para poder vender la RSC al exterior primero tiene que estar implantada interiormente, por lo que será clave contar con códigos sólidos y respetados por los empleados. Una empresa con un código de conducta seguido y respetado estará avanzando en términos de RSC.

- **Políticas de RSC.** Son medidas tomadas desde la alta dirección de la empresa para guiar a la misma en aspectos relacionados con el buen gobierno y la gestión ética y socialmente responsable. Son decisiones de carácter largoplacistas, es decir, estratégicas. “La política es el marco en que los demás instrumentos se insertan”.

- **Sistemas armonizados de gestión.** Instrumentos generalmente utilizados en ámbitos como la calidad, seguridad laboral, el medio ambiente, etc. Son el conjunto de normas que, en caso de cumplirse, componen un modelo de gestión. Para una empresa implicará estar cumpliendo todas sus obligaciones legales en una materia concreta, adaptándose a los estándares y mejores prácticas.

Estos sistemas cuentan con una ventaja y es que son homogéneos en todas las empresas, estando documentados y formalizados, por lo que verificar su cumplimiento y adopción es sencillo. Esto servirá tanto a nivel interno (mejorar la gestión), como externo (verificado el cumplimiento, se puede comunicar al exterior y utilizarlo como fuente de RSC).

En el ámbito de la RSC la variedad de normas y sistemas de gestión es muy amplia, pero en España, por relevancia y aplicación, destacan la SGE21 y la SA8000. La primera de ellas responde al modelo de sistema de gestión ética y socialmente responsable. Tiene un alcance muy amplio abarcando numerosas áreas y estableciendo criterios de gestión responsable para cada una, por lo que su verificación será una muestra de gestión responsable que se podrá comunicar a terceros. La norma SA8000 está emitida por la agencia Social Accountability International, estadounidense. Se enfoca en el cumplimiento de la legislación y de tratados internacionales referentes a empleo infantil, no-discriminación, condiciones y derechos laborales, etc. Su fin es servir como estándar para empresas proveedoras de grandes compañías.

- **Informes sociales y medioambientales, GRI.** Se utilizan para mostrar externamente el compromiso social y medioambiental de las empresas. Destaca internacionalmente la GRI, Global Reporting Initiative, que establece criterios comunes para que las empresas informen sobre sus resultados sociales y medioambientales. Esto las hace comparables de cara a los mercados y consumidores, siendo utilizado el grado de implicación como factor relevante en la valoración de las empresas.

La clave del GRI es que hace que las empresas sean más comparables, en España ha crecido enormemente el número de empresas que siguen sus directrices, generalmente cotizadas.

Algunos ejemplos de su implantación son el informe de sostenibilidad, donde se exponen públicamente iniciativas y resultados, y los informes de triple balance, información clave que puede llegar a ser tenida en cuenta por los inversores y consumidores, marcando el impacto en la gestión de la responsabilidad corporativa.

Los estándares GRI son utilizados para la elaboración del informe de sostenibilidad, siendo diseñados para ser usados para que las empresas notifiquen sus impactos en la economía, el medio ambiente y la sociedad. Se estructuran como un conjunto de Estándares modulares interrelacionados y se agrupan en varios subgrupos.

Existen tres estándares universales que pueden ser aplicados por todas las empresas para la elaboración de su informe de sostenibilidad. El resto de estándares GRI son temáticos y serán elegidos por las empresas en función de los temas de mayor materialidad. Se organizan en tres bloques: temas económicos, ambientales y sociales.



Estos incluyen contenidos mucho más específicos.

Figura 7: Estándares GRI

[FUENTE: *Gri 101: fundamentos 2016 101*,(2016).]

Para su utilización existen dos enfoques básicos, para los cuales existe una declaración de uso que las organizaciones tienen que incluir en todos los materiales publicados. El primero de ellos utilizaría los estándares GRI como un conjunto, para elaborar los informes de sostenibilidad (tanto Esencial como

Exhaustivo) de acuerdo a estos; el primero es más específico por lo que implicaría una selección de estándares estrechamente relacionados con los contenidos que se quisieran publicar, no habría necesidad de elaborar informe, sí que se deberá incluir una declaración con referencia a GRI.

Los estándares GRI están compuestos por requerimientos, recomendaciones y directrices. Los primeros serán instrucciones de obligado cumplimiento para las organizaciones, a diferencia de las recomendaciones y directrices. En las recomendaciones se dan ideas y medidas concretas que se animan a adoptar y las directrices sirven como apoyo a los requerimientos, ya que incluyen antecedentes, explicaciones y ejemplos.

2.8. LAS AUDITORÍAS ÉTICAS O DE RESPONSABILIDAD SOCIAL CORPORATIVA.

Postula El libro verde de la Comisión Europea sobre la Responsabilidad Social Corporativa que las auditorías éticas son considerados elementos básicos para mejorar la aportación de las empresas a la mejora y progreso social (COMISIÓN DE LAS COMUNIDADES EUROPEAS, 2001). Las auditorías de tipo social y ético que han surgido en estos últimos años pueden ser utilizadas de dos formas diferentes. La primera utilidad sería la de actuar como una herramienta clave para hacer frente a las exigencias acerca de la transparencia empresarial que debe estar presente. La segunda de las utilidades sería la de actuar como mecanismo de ayuda para la dirección empresarial ante la complejidad económica, cultural y social. «Las compañías,

especialmente las que operan en mercados globales, están sufriendo una exigencia creciente de equilibrar los componentes sociales, económicos y medioambientales de sus negocios, a la vez que construyen valor para los accionistas»²

Estos instrumentos de auditorías éticas y certificaciones han sido recogidos recientemente, pero a en 1940 se comenzó a hacer referencia a estas ideas que tuvieron éxito a final de los años 70 y comienzos de los 80 en algunas zonas del mundo.

Si queremos adentrarnos un poco más en el concepto y la evolución de las auditorías éticas debemos primero, dar un vistazo a los diferentes procesos usados en la RSC y esto da lugar a un panorama donde resaltan 3 herramientas muy similares entre sí, pero con diferencias destacables.

Las certificaciones éticas, como ejemplo, fundamentalmente tratan de verificar el hecho de que se cumplan las políticas éticas de la organización tales como el clima de trabajo o los salarios.

Los informes de responsabilidad social se ocupan de que se integren de manera correcta los aspectos que incumben a la sociedad y medio ambiente dentro de la empresa.

Las auditorías sociales se encargan del desarrollo organizativo, considerado el aspecto interno y de los resultados que se perciben desde fuera, considerados los aspectos externos, pero desde un punto de vista independiente a la empresa.

Estas herramientas han hecho que pueda observarse la evolución histórica y que esto haya dado lugar a modelos de RSC cada vez más preparados para el desarrollo y estudio de la RSC de una organización. Se data el origen de los métodos citados anteriormente a la vez que floreció el debate sobre Responsabilidad Social Corporativa.

El principal motivo por el que se realizan estos controles periódicos es la actuación conforme a los estándares de Responsabilidad Social Corporativa a los que se va a acoger la compañía, de esta forma, tanto las empresas como los grupos de interés quedarán satisfechos con la manera de lleva a cabo los procesos y procedimientos que realice ésta.

² R. MARIMOTO / J. ASH / Ch. HOPE: «Corporate Social Responsibility Audit: From Theory to practice», en Journal of Business Ethics, vol. 62, nº 4 (2005), 315

CAPÍTULO 3. LA RESPONSABILIDAD SOCIAL CORPORATIVA Y EL INFORME DE RESPONSABILIDAD SOCIAL CORPORATIVA EN INDRA.

3. PRESENTACIÓN DE LA COMPAÑÍA

Indra Sistemas, S.A se trata de una compañía multinacional española que ofrece servicios de consultoría sobre transporte, defensa, energía, servicios financieros y telecomunicaciones, entre otros; además se dedica a la investigación y desarrollo de los sistemas de defensa y las tecnologías de investigación. Es una de las tres empresas españolas que encontramos entre las 100 mayores compañías mundiales en el sector de seguridad y defensa según los informes del Instituto Internacional de Estocolmo para la Investigación de la Paz (SIPRI), que estudia de forma científica la cooperación y los conflictos mundiales con el fin de ayudar al entendimiento de los factores necesarios para que se llegue a una solución pacífica de estos y se mantenga la paz en el tiempo. Debemos añadir, que, al ser una empresa de tal envergadura forma parte del índice selectivo español IBEX 35 desde julio de 1999.

Si se habla de la constitución de la compañía, deberemos mencionar que su fusión se llevó a cabo en 1992 entre el grupo público Inisel y la compañía privada Ceselsa. Debemos tener en cuenta que, aunque en dicha fecha estas empresas se integrasen bajo una única marca, éstas ya existían en 1921. En el momento en el que se formó la compañía, paso a convertirse en un grupo estructurado cuya estructura estaba compuesta en cuatro áreas de negocio:

- *Espacio*: formado por Indra Espacio, antes denominada Inisel Espacio.
- *Consultoría y Servicios informáticos*: integrada por Indra SSI, hasta el momento formada por Eritel y Ceninsa.
- *Automatización, Control y Comunicaciones*: compuesta por Indra SCA y encabezada hasta entonces por DISEL, Electrónica Ensa y Tesis.
- *Defensa y Tecnologías Duales*: Indra DTD, formada anteriormente por CESELSA. Antes integrada por ENOSA, Gyconsa, ELT, EMAC, SAES, Sainsel, AISA, GDI y ASDL.



Figura 8. Áreas de Negocio de Indra Sistemas, S.A [Fuente: Elaboración propia]

En cuanto a su actuación fuera de nuestras fronteras, la compañía se encuentra presente en más de ciento cuarenta países a lo largo de los cinco continentes. Cuenta con filiales en Portugal, China, Brasil y Estados Unidos, entre otros. Un dato a remarcar es que un tercio del tráfico aéreo mundial utilizan la tecnología de Indra, así como también lo hacen las principales líneas de metro del mundo como la de Madrid, Barcelona, París o Shangai, entre muchos otros muchos lugares.

Indra se describe como “el socio tecnológico en las operaciones clave de sus clientes, situándose en el núcleo de sus negocios.” La compañía ofrece una orientación al cliente que se traduce en relaciones duraderas en el largo plazo con éstos.

Como la propia corporación describe en su espacio en la web, el modelo de negocio en el que basan sus acciones se fundamenta en soluciones *end-to-end*. Indra trata de ofrecer productos con un alto grado de innovación a sus clientes, además de generar a los mismos, propuestas de valor provocando, como consecuencia, el retorno de estos en la demanda de servicios. Cuenta con un equipo humano de profesionales del sector que poseen habilidades y capacidades diferenciadoras, así como un alto grado de conocimientos en lo que respecta a tecnologías, mercados y necesidades de sus clientes.

La compañía describe sus valores como los pilares en los que se cimientan las bases estratégicas de la empresa, entre los que encontramos:

- ✓ *Liderazgo*, fácilmente demostrable a través de resultados tangibles.
- ✓ *Flexibilidad*, aumentando así la cercanía con el cliente.
- ✓ *Enfoque*, tiene una orientación muy marcada lo que es clave para su especialización en los negocios.
- ✓ *Fiabilidad*, forjan relaciones duraderas en el largo plazo cimentadas en la experiencia y excelencia.



Figura 9. Valores corporativos de Indra Sistemas, S.A [Fuente: Elaboración propia]

Hablando en términos cuánticos, algunos datos interesantes del ejercicio 2018 de la empresa serían los siguientes:

- 3.104 Millones de €uros en cuanto a ventas realizadas.
- 140 países cuentan con la presencia de Indra en su territorio.
- 43.000 profesionales forman parte de la plantilla corporativa.

- 210 Millones de €uros han sido empleados en la realización de inversiones en I+D.

Según los datos proporcionados por la empresa:

Margen EBIT

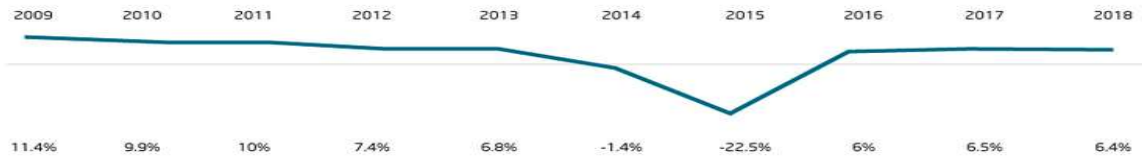


Figura 10: Evolución Margen EBIT en el tiempo de Indra Sistemas, S.A

[Fuente: web corporativa Indra Sistemas]

Acorde a la definición de margen EBIT que proporciona Guillermo Westreicher en su artículo, se entendería el mismo como un ratio financiero que se encarga de medir la rentabilidad de una compañía según las ganancias que se han obtenido de manera anterior al pago de intereses y tributos. Se obtiene a partir de la división del Beneficio antes de Intereses e Impuestos (BAIT) entre los ingresos o ventas. También puede aparecer bajo el nombre de margen de explotación u operativo.

A partir de esta ratio se refleja el beneficio obtenido por la actividad económica de la empresa independientemente de la forma en la que se financie y de las ayudas proporcionadas por el Estado. En el caso de Indra, podemos observar gráficamente que desde 2009 hasta la actualidad se obtienen beneficios a partir de únicamente la actividad económica que realizan oscilando siempre entre los porcentajes 6%-11% positivos, a excepción de los años 2014 y 2015 donde se obtienen un 1,4% y un 22,5% negativos. Esto se debe a que la empresa registró unas pérdidas netas de 641,2 millones de euros en 2015, cifra alrededor de siete veces superior a los 91,9 millones de euros que perdió en 2014 a consecuencia de deterioros, provisiones y efectos no recurrentes según informó Indra a la Comisión Nacional del Mercado de Valores (CNMV). Además, Indra destacó que los márgenes de la compañía mejoraron en el cuarto trimestre del año 2015 y que se debió en parte a la ayuda positiva de la puesta en marcha de los planes de eficiencia.

3.1. EL Informe de Responsabilidad Social Corporativa de Indra Sistemas S.L

Como se expone en el apartado anterior, se trata de una de las más importantes empresas del sector a nivel mundial, este hecho explica que una compañía con la presencia internacional de Indra dedique especial atención en su estrategia al cuidado y protección del medio ambiente. Es por ello que publica cada año un detallado Informe de Responsabilidad Social Corporativa, el cual se a pasará a analizar en detalle a continuación.

El informe de RSC de 2018, se refiere al periodo que se extiende del 1 enero de 2018 al 31 de diciembre de ese mismo ejercicio. El documento ha sido elaborado a partir de diversos estándares:

- ❖ Ley 11/2018, de 28 de diciembre, por la que se modifica el Código de Comercio, el texto refundido de la Ley de Sociedades de Capital aprobado por el Real Decreto Legislativo 1/2010, de 2 de julio, y la Ley 22/2015, de 20 de julio, de Auditoría de Cuentas, en materia de información no financiera y diversidad.
- ❖ Los Estándares GRI para la elaboración de Informes de Sostenibilidad del Global Reporting Initiative (GRI).
- ❖ La Norma AA1000 APS de Accountability.
- ❖ El Informe de Progreso del Pacto Mundial de Naciones Unidas, del que Indra es parte desde el año 2004.

Este documento se encuentra dividido en nueve capítulos de gran extensión dedicados a: El modelo de negocio, La identidad y el Buen Gobierno de Indra, El modelo de Responsabilidad Social Corporativa, y dedica los últimos cuatro apartados a los profesionales, clientes, proveedores y accionistas e inversores de la compañía. No olvidando por supuesto, su Compromiso con el medio ambiente y la sociedad.



Figura 11. Pilares básicos del Informe de Responsabilidad Social Corporativa 2018

[Fuente: Elaboración propia]

El Informe de Gestión contiene el documento que se está sometiendo a análisis y que ha sido formulado por el Consejo de Administración de la empresa. En él se ve reflejado el compromiso de la esfera más alta de la compañía en cuanto a la gestión y revisión de los aspectos no financieros de ésta.

Para la elaboración de las memorias de sostenibilidad de Global Reporting Initiative (GRI) se han seguido los estándares.

Indra trata de informar mediante este documento sobre algunos aspectos ambientales y sociales, además de cuestiones relacionadas con los Derechos Humanos que son de suma importancia para la empresa a la hora de ejecutar actividades propias del negocio. En adición a lo anterior, indica el grado de importancia que tiene para Indra cada una de las cuestiones que se proponen en la ley, así como los riesgos relacionados con cada una de ellas.

Se pone de manifiesto también en el Informe RSC el compromiso que tiene la compañía con los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) de las Naciones Unidas, así como con los diez Principios del Pacto Mundial; Además responde al Informe de Progreso de la Compañía en la puesta en práctica de esos principios.

3.1.1. OBJETIVOS DE DESARROLLO SOSTENIBLE (ODS)

Los líderes mundiales, el 25 de septiembre de 2015, se reunieron para adoptar una serie de medidas globales que pusieran fin a la pobreza, proteger el planeta y procurar la prosperidad para el mundo formando parte de una nueva planificación de desarrollo sostenible. El plazo de cada objetivo para alcanzarse es de 15 años. Es importante recordar que no solo las empresas tienen que cumplir, todo el mundo tiene que aportar su grano de arena: tanto sociedad como gobiernos y personas de a pie como nosotros.



Figura 12. Objetivos de Desarrollo Sostenible

[Fuente: Naciones Unidas]

Como argumenta Indra en su Informe RSC la tecnología y la digitalización son dos aspectos muy relacionados con su actividad y están considerados elementos clave para ellos. La tecnología y la Transformación Digital son dos aspectos fuertemente vinculados con el negocio de Indra que se han convertido en elementos clave a la hora de alcanzar los Objetivos de Desarrollo Sostenible planteados por Naciones Unidas. Por este motivo, la compañía trata de cumplir con las metas propuestas en los ODS a través de dichas soluciones tecnológicas. En los próximos apartados vamos a pasar a analizar cada uno de los Objetivos de Desarrollo Sostenible que menciona la empresa en su informe. Debemos empezar comentando que los clasifica en cuatro grupos distintos según sus impactos:

- ✓ Impactos en los ODS a través de:
 - Las líneas de negocio
 - La estrategia corporativa de respeto al medio ambiente.
 - La apuesta por las personas
- ✓ Contribución a los ODS a través de proyectos de innovación.

Impacto en los ODS a través de las líneas de negocio

Objetivo 7: Garantizar el acceso a una energía asequible, segura, sostenible y moderna para



todo. Para conseguir este objetivo la compañía cuenta con

alrededor de veinticinco años de experiencia en la realización de proyectos dedicados a optimizar y gestionar la energía.

Objetivo 9: Industria, Innovación e Infraestructuras.

Para



la mejora de gestión de la energía y el agua, la empresa ha instalado sus sistemas inteligentes en más de cien compañías del grupo.

Objetivo 11: Lograr que las ciudades y los asentamientos humanos sean inclusivos, seguros, resilientes y sostenibles



A través de sus habilidades tecnológicas y su extensa experiencia en lo referido a transportes, la empresa trata de realizar mejoras en el modelo de gestión de ciudades (Ej: Smart Cities) además de aspectos como la movilidad

tanto urbana como interurbana.

Objetivo 16: Promover sociedades, justas, pacíficas e inclusivas

Indra realiza una colaboración con las Administraciones públicas mediante las cuales crea valor para el ciudadano mediante soluciones y servicios, además de intentar que la ciudadanía participe en aspectos estatales.

Impacto en los ODS a través de la estrategia corporativa de respeto al medio ambiente**Objetivo 13:** Adoptar medidas urgentes para combatir el cambio climático y sus efectos

En el informe se propone la reducción de emisiones en el periodo temporal de 2018 a 2030. Se producirá la participación en la Plataforma Española de Acción Climática y en la plataforma NAZCA, de la Convención Marco de las Naciones Unidas sobre el Cambio Climático.

Impacto en los ODS a través de la apuesta por las personas**Objetivo 5:** Lograr la igualdad entre los géneros y empoderar a todas las mujeres y las niñas.

La empresa sigue una política de respeto y de equidad de oportunidades en ambos géneros y se encuentra recogido tanto en su Código Ético como en su Política de Diversidad corporativa.

Objetivo 8: Promover el crecimiento económico sostenido, inclusivo y sostenible, el empleo

pleno y productivo y el trabajo decente para todos. Considerados los elementos primordiales de la compañía, los profesionales que forman parte del grupo, trabajan en un ambiente donde se inculca el sentimiento de pertenencia mediante el compromiso.

Objetivo 9: Industria, Innovación e Infraestructuras.

En su Informe se menciona que poseen una estrategia globalizada en cuanto a los aprovisionamientos que se realiza de forma centralizada con la ayuda de los equipos locales de los lugares en los que prestan sus servicios.

Contribución a los ODS a través de proyectos de innovación

Objetivo 9: Industria, Innovación e Infraestructuras.



Indra realiza constantes innovaciones para tratar de satisfacer las necesidades de los clientes y a su vez para contribuir al desarrollo sostenible. Se ha posicionado como "la compañía española más destacada dentro del Programa Horizonte 2020 de la UE"

Objetivo 11: Lograr que las ciudades y los asentamientos humanos sean inclusivos, seguros, resilientes y sostenibles



En "Civil UAVS Initiative" la corporación crea drones civiles para mejorar la prestación de servicios que realizan al ciudadano. Participan también en el programa "Select for Cities" donde pretende mejorar la calidad de vida y la eficiencia de las principales ciudades europeas con la ayuda de la transformación digital.

Objetivo 13: Adoptar medidas urgentes para combatir el cambio climático y sus efectos



Otro de los proyectos de los que es participante Indra es en el llamado "Net Zero Initiative", donde la finalidad del mismo es cambiar de forma radical el uso de la energía dentro de un campus universitario situado en Australia. Este proyecto ha recibido la distinción de las Naciones Unidas en beneficio del cambio climático.

Objetivo 16: Promover sociedades, justas, pacíficas e inclusivas



Como hemos comentado anteriormente, Indra forma parte del proyecto de defensa "OCEAN 2020" del que es uno de los principales componentes.

3.1.2. INDICADORES GRI DE INDRA SISTEMAS, S.L

Puede entenderse por indicadores GRI, aquellos estándares que aparecen en los Informes de RSC que toman de base las pautas del Global Reporting Initiative, conocido en español como Informes o Memorias de Sostenibilidad.

Como bien explica Navarro García (2012) el Global Reporting Initiative nació en 1997 cuando se ligaron CERES, coalición de ONGs norteamericanas para el desarrollo de economías responsables y de medioambiente) y el PNUMA (conocido programa de medioambiente de

Naciones Unidas). A esta unión fueron ligándose otros grupos tales como sindicatos, universidades, asesorías contables, etc.

Define el GRI como "Un acuerdo internacional a largo plazo cuyo objetivo inicial fue identificar, diseñar y establecer un marco global para informar acerca de los aspectos relacionados con la sostenibilidad" (Navarro García, 2012, p.121)

A día de hoy y de forma más recurrente cada vez, se les exige a las empresas que realicen informes sobre datos no financieros de la empresa (donde se tratan temas sociales, laborales, de derechos humanos, etc.) pero la realidad es que no existe un marco común en el que se puedan elaborar dichas memorias. Es por ello que el GRI ha pretendido estandarizar los principios a los que deben referirse las empresas en las memorias y lo que debería incluirse en ellas, además, por supuesto, del cómo, cuándo y dónde hacerlo.

A lo largo de todo su informe Indra indica el grado de relevancia que tiene para la compañía cada cuestión planteada por la ley, junto con las políticas tomadas en líneas generales para cada una de ellas, y los riesgos asociados. En la columna GRI se encontrarán los indicadores referencia utilizados para el seguimiento y evaluación de cada materia.

A continuación, vamos a pasar a analizar aquellos indicadores GRI (Global Reporting Initiative) que aparecen en el cuadro resumen realizado a partir de la información proporcionada por el Estado de Información no Financiera de Indra, y a su vez divididos por bloques tal y como aparecen en la tabla superior, pero antes debe recordarse que, los estándares están agrupados en cuatro series:

- **GRI 100**, engloba los temas universales
- **GRI 200**, trata aspectos económicos
- **GRI 300**, trata temas ambientales
- **GRI 400**, trata aspectos sociales.

Cada uno de los estándares temáticos reúne contenidos particulares sobre el tema y se crea para ser usado junto con el GRI 103: Enfoque de Gestión. Los contenidos acerca del enfoque de gestión permiten que la empresa explique cómo tramita los impactos tanto económicos como sociales y ambientales que están vinculados a temas materiales. Dicho GRI contiene las exigencias para la realización de informes que muestran un formato genérico y se puede aplicar a una gran variedad temática. Aquella compañía que realiza un informe de acuerdo a los Estándares GRI se encuentra obligada a informar también sobre su enfoque de gestión en cada tema material a través del uso de este Estándar. Este es el motivo por el que se encuentra "presente" en el resto de Estándares. (Gesti, 2016)

Se ahondará un poco en la explicación los Estándares Universales, es decir, la Serie 100 ya que se encuentran presentes en la gran mayoría de los bloques que vamos a tratar a continuación. Esta serie incluye tres tipos de Estándares:

GRI 101: *Fundamentos*. Es el encargado de exponer los principios y normas para determinar el contenido y la calidad del documento.

GRI 102: *Contenidos Generales*. Su función es indicar la información acerca del contexto de una compañía y qué prácticas realiza para confeccionar sus informes de sostenibilidad.

GRI 103: *Enfoque de Gestión*: Se usa para aportar información sobre las prácticas que realiza una organización para gestionar un tema material. Además, como ya ha sido indicado este estándar permite la explicación por parte de la empresa de por qué un tema específico es material, el lugar donde se producen los impactos (la Cobertura del tema) y cómo se realiza la gestión de los impactos mencionados.

Debido a la extensión de cada una de las series y dado que el trabajo no tiene la finalidad única del análisis de los diferentes indicadores, no podremos hablar de cada uno por separado específicamente, por lo que haremos descripciones a grandes rasgos y pondremos ejemplos para analizar si la empresa cumple con su propósito o no.

Debemos aclarar, que toda la información relacionada con los GRI ha sido extraída del documento que lleva su nombre realizado por *la Global Sustainability Standards Board (GSSB)*, existiendo de este modo un documento por cada uno de los subgrupos que hemos explicado con anterioridad.

Materia	GRI
Modelo de negocio	102-2 / 102-4 / 102-6 / 102-15 / 102-7
Cuestiones medioambientales	
Políticas	103-2 / 103-3
Riesgos	102-15 / 102-11 / 102-30 / 201-2
General	102-15 / 102-29 / 102-31 / 102-11 / 102-30 / 307-1
Contaminación	103-2 / 302-4 / 302-5 / 305-5 / 305-7
Economía circular y gestión de Residuos	103-2 / 301-1 / 301-2 / 301-3 / 303-3 / 306-1 / 306-2 / 306-3
Sostenibilidad de los recursos	103-2 / 301-1 / 301-2 / 301-3 / 302-1 / 302-2 / 302-3 / 302-4 / 302-5 / 303-1 / 303-2 / 303-3
Cambio climático	102-15 / 103-2 / 201-2 / 305-1 / 305-2 / 305-3 / 305-4 / 305-5
Protección de la biodiversidad	103-2 / 304-1 / 304-2 / 304-3 / 304-4
Cuestiones sociales y relativas al personal	
Políticas	102-35 / 103-2 / 103-3
Riesgos	102-15 / 102-30
Empleo (Distribución, despidos, rem. media, brecha salarial)	102-7 / 102-8 / 102-35 / 102-36 / 103-2 / 201-3 / 202-1 / 401-1 / 405-1 / 405-2
Organización del trabajo	102-8 / 103-2 / 401-3 / 403-2
Salud y seguridad	103-2 / 403-2 / 403-3
Relaciones sociales	102-41 / 102-43 / 402-1 / 403-1 / 403-4
Formación	103-2 / 404-1 / 404-2
Accesibilidad	103-2
Igualdad	103-2 / 404-2 / 406-1
Respeto de los derechos humanos	
Políticas	103-2 / 103-3 / 410-1 / 412-2
Riesgos	102-15 / 102-30
Derechos humanos	102-17 / 103-2 / 410-1 / 411-1 / 412-1 / 412-2 / 419-1
Lucha contra la corrupción y el soborno	
Políticas	103-2 / 103-3 / 205-2
Riesgos	102-15 / 102-30 / 205-1
Corrupción y soborno	103-2 / 201-1 / 203-2 / 415-1
Información sobre la sociedad	
Políticas	103-2 / 103-3
Riesgos	102-15 / 102-30
Compromiso con el desarrollo sostenible	102-13 / 102-43 / 201-1 / 203-1 / 203-2 / 204-1 / 413-1 / 413-2
Subcontratación y proveedores	102-9 / 103-3 / 308-1 / 308-2 / 407-1 / 409-1 / 414-1 / 414-2
Consumidores	102-17 / 103-2 / 416-1 / 416-2 / 417-1 / 418-1
Información fiscal	201-1 / 201-4

Tabla 1. Clasificación estándares GRI según modelo del Estado de Información No Financiera. [Fuente: elaboración propia.]

Como se ha explicado anteriormente, sería imposible ahondar uno a uno en todos los GRIs de las cuatro series, ya que cada grupo está compuesto por subgrupos y estos a su vez, divididos en bloques más pequeños, por tanto, vamos a tratar de comentar por bloques su contenido.

1º lugar: Modelo de Negocio

Al analizar el modelo de negocio de Indra se cae en la cuenta de que está compuesto por GRIs del grupo 102 únicamente, es decir, trata de contenidos generales de la empresa tales como: el perfil de la organización y la estrategia que sigue la misma. En cuanto a:

En cuanto al *perfil de la organización*, puede encontrarse información general acerca de la compañía como su tamaño, su localización geográfica o la actividad que realiza. Es destacable la importancia de este apartado ya que ayuda a contextualizar a la empresa por parte de los grupos de interés, así como el impacto que tiene en la economía, medioambiente y sociedad.

Por otro lado, si hablamos de *la estrategia* de la misma, se encontrarán aquellos indicadores que permitan realizar una descripción de la estrategia corporativa desde el punto de vista de la sostenibilidad para posteriormente poder elaborar informes más específicos con la ayuda de otros estándares GRI.

Se analizará de este bloque el *Plan Estratégico de Indra*, en él se explica que ésta tratará de avanzar en su modelo operativo, evolucionar su portfolio de productos, así como enfocarse en la mejora continuada de la productividad empresarial para así aumentar su rentabilidad y competitividad. Algunos de los avances que se propone realizar la compañía serán la transformación cultural, apostando por el talento y las personas; la apuesta por la mejora continua de las Tecnologías de la Información (TIC); así como el aprovechamiento de las economías de escala del sector mediante la integración organizativa de los mercados de Transporte y Defensa. Por otro lado, debe recordarse que la innovación se trata de un elemento estratégico para Indra, por lo que propone una serie de compromisos en los que la innovación: ayuda a diferenciar su oferta, es la herramienta para tratar de dar respuesta a las necesidades, abre camino a la empresa para ser referente en atraer a startups, y por supuesto, ser referentes en innovación.

Se encuentra una demostración de que efectivamente Indra está cumpliendo con muchos de sus objetivos en titulares como "Indra avanza en la ejecución de su plan estratégico" publicado el 22 de enero de 2019 en un artículo del periódico Expansión. En el que mediante un análisis realizado por J.A.Fernández Hódar en el que explica que la compañía recientemente logró recuperar el soporte de 8,3 euros en sus cotizaciones y, que si logra alcanzar y consolidar los

9 euros, su aspecto mejorará. Esto lo acompaña de una gráfica en el que se puede apreciar el histórico en una escala aritmética del precio de sus cotizaciones desde el mes de abril de 2018 hasta enero de 2019.



Figura 13. Cotizaciones de la compañía Indra en escala aritmética.

[Fuente: J.A.Fernández Hódar]

Comenta también el autor en su artículo que la compañía estaría interesada en la compra del grupo de fabricación y mantenimiento de motores de aviación ITPAero, lo que en el caso de seguir adelante permitiría a Indra acometer proyectos de mayor envergadura. Además, recientemente el grupo ha acentuado el desarrollo de las principales líneas de transformación de su modelo operativo siguiendo las líneas de su plan estratégico que supuso la agrupación de las IT o tecnologías de información en su filial Minsait y los de Transporte y Defensa en un proceso que ya ha tenido efectos materiales en sus balances y capacidades comerciales.

2º lugar: Cuestiones medioambientales.

En este bloque aparecen un amplio abanico de temas tales como las políticas aplicadas y los riesgos que asume Indra, la economía circular y gestión de residuos, la protección de la biodiversidad, el cambio climático y la contaminación o la sostenibilidad de los recursos utilizados por la compañía, entre otros.

Como es lógico, la mayor parte de los Estándares que los componen pertenecen al grupo 300 ya que son aquellos que tratan temas medioambientales, aunque también encontramos indicadores de la serie 200, más concretamente el 201-2 que dentro de desempeño económico trata las implicaciones financieras y otros riesgos u oportunidades derivadas del cambio climático.

Un ejemplo práctico de que no es un hecho reciente la preocupación de la compañía ante la contaminación, el cambio climático y la mejora en la calidad de vida de las personas, entre

otros, es el *Proyecto Decumanus* que lidera la compañía desde hace unos años y que ha sido financiado por la UE dentro del *7º Programa Marco* que ha contado con la participación de 11 socios de 7 países. Este plan consiste en el desarrollo de un instrumento tecnológico que aporta detalladamente información a través de técnicas de Big Data, Internet de las Cosas e imágenes de satélite, sobre el clima urbano, impacto en la salud, la calidad del agua y el aire, eficiencia energética y el uso del suelo en áreas urbanas entre otras; La finalidad de dicho proyecto es la mejora de la calidad de vida y la mitigación de los vastos efectos del cambio climático en las ciudades.(El economista,2014).

Otro de los aspectos que se tratan en este bloque es la sostenibilidad de los recursos, según el sitio web corporativo de la empresa Acciona se entiende por sostenibilidad el hecho de conocer y asumir que el medio y la naturaleza son fuentes no infinitas de recursos de los que debemos hacer un uso correcto y racional, además lo anterior está vinculado con la participación social por parte de las comunidades para llegar a niveles satisfactorios en la calidad de vida, sanidad o la educación. En cuanto a esto, la compañía junto con la Universidad Politécnica de Madrid (UPM) han desarrollado un proyecto en el cual se mejoran la coordinación y el control de los recursos y servicios mediante las conocidas "smart cities". Como resultado de este programa se desarrollan tres proyectos: el primero, enfocado al consumo responsable del agua que permite medir anomalías e irregularidades de consumo; el segundo consiste en la monitorización de servicios integrales para que puedan ser gestionados de acuerdo al estándar de sostenibilidad ISO37120. Aunque dicha gestión depende de las decisiones de las Autoridades Públicas del país en concreto; por último, un agilizador mediante drones y *e-calls* de emergencias. Este proyecto ha sido reconocido por la Unión Europea, además, como el mejor de los 23 financiados por su impacto en la sociedad (Plataforma Global de Periodismo Ambiental y Científico de la Agencia EFE,2018)

3º lugar: Cuestiones sociales y relativas al personal

Durante el tercer bloque los estándares más repetidos en todos los temas que trata son las series 100, 200 y 400. Aquí se resumen los aspectos más sociales de la RSC de la compañía: políticas, riesgos, cuestiones relativas al empleo, salud, formación, etc.

Uno de los aspectos más en boga de nuestra actualidad es la igualdad entre hombres y mujeres en el mundo laboral, pues bien, Indra presume de aplicar políticas de igualdad en su organización y efectivamente así es, contrastamos la RSC con varios artículos de prensa entre el que destacamos un artículo del periódico virtual Europa Press publicado en 2019 donde se recoge información sobre el hecho de que la empresa recaudó más de 3.000 euros para poder

mejorar la empleabilidad de las mujeres en riesgo de exclusión social en el mundo de la empresa y la tecnología a través de una serie de medidas para fomentarlo. De este modo cumpliría lo que figura en su RSC intentando promover tanto la igualdad como la inclusión de los grupos más desfavorecidos.

Otro de los puntos clave de este bloque es la formación, entendida como el aprendizaje que obtienen los empleados a través de cursos proporcionados por la empresa e impartidos bien por la misma o bien por formadores externos de forma gratuita para los participantes y donde se enseñan contenidos generales de la organización o específicos de los puestos de trabajo que ocupan los empleados. En cuanto a esto, Indra organiza distintos cursos de formación para sus empleos, entre ellos destacamos uno en concreto que se comenzó a impartir en 2016 y consiste en dar a conocer el Modelo de Prevención de Riesgos Penales y el Código Ético y de Cumplimiento Legal tanto de forma presencial como online. Este curso formó al 90% de su plantilla de España y filiales internacionales; Tras esto Indra comenzó una nueva acción formativa sobre Ética y Cumplimiento en 2018 demostrando así la preocupación de la organización por mantener a sus activos más preciados formados continuamente. No puede olvidarse, la formación "*Smart Start*" que incluye programas específicos de evaluación, formación y desarrollo que imparte la empresa durante los dos primeros años en Indra para sus nuevos empleados. Contrastamos la información que aparece en su página corporativa con fuentes externas, más concretamente RRHH Press y podemos comprobar que efectivamente durante el año 2018 se incorporaron a la compañía realizando este proyecto formativo 3.000 talentos jóvenes provenientes de todo el mundo.

Por último, tal y como aparece en el periódico digital El Confidencial, todas las personas que forman parte de la plantilla de la compañía siguen unos valores basados en el respeto y la solidaridad entre ellos y con los demás, como prueba de ello nos encontramos con el siguiente titular: "*El presidente de Indra se baja el sueldo más de un 70%*", Abril- Martorell renunció en el año 2018 a cobrar parte de su salario en metálico que le correspondía por objetivos por dos motivos: el primero que ya en 2017 percibió el total de la retribución por acciones del plan a tres años y el segundo motivo de su renuncia reside en que el Comité de Dirección de Indra pudiera cobrar el máximo importe de variable.

4º lugar: Respeto de los derechos humanos.

Indra mantiene una cultura empresarial basada en el respeto y la protección de los recursos humanos en aquellas labores que realizan sus empleados, independientemente del lugar donde se lleve a cabo dicha actividad. Toma como guía los marcos internacionales existentes en materia de Derechos Humanos tales como: los principios que aparecen en la Declaración de la Organización Internacional del Trabajo, la Carta Internacional de los Derechos Humanos y el Pacto de las Naciones Unidas, entre otros.

La compañía está comprometida a impulsar el respeto y responsabilidad a los Derechos Humanos en todas aquellas tareas de la compañía, evitando vulnerar los derechos de terceras personas y gestionando los impactos sociales que puedan venir originados por dichas actuaciones.

5º lugar: Lucha contra la corrupción y el soborno

La compañía rechaza cualquier práctica ilegal o corrupta. Indra en su Informe de Responsabilidad Social Corporativa describe lo que es considerado actividades corruptas y de soborno y se encuentran en el Código Ético y de Cumplimiento Legal de la organización. En el año 2018 la compañía elaboró un Protocolo de Prevención del Fraude siguiendo la recomendación de COSO ERM 2013, de este mismo año encontramos un artículo del diario El Confidencial donde se afirma que la empresa mientras estaba bajo la presidencia de Javier Monzón se vió presuntamente implicada en el Caso Lezo sobre la caja B del Partido Popular. Actualmente Indra se encuentra bajo la presidencia de Fernando Abril-Martorell desde enero de 2015 y éste afirma que Indra colaboró de forma proactiva en la investigación, aportando por iniciativa propia información relevante acerca del caso. Además, desde un año antes de la noticia la empresa desarrollo los procedimientos necesarios y oportunos a través de la Unidad de Cumplimiento para investigar toda la información relacionada con los asuntos de una época donde las personas al frente de Indra eran distintas a las actuales. A partir de los datos anteriores, puede concluirse que el actual equipo de dirección de la compañía está tratando por todos los medios de solventar los posibles problemas que han podido verse originados por una mala gestión de la antigua directiva.

6º Lugar: Información sobre la sociedad

En Este bloque no será de gran extensión, ya que los temas que se tratan han ido apareciendo a lo largo del trabajo. Este grupo lo componen las políticas y riesgos empresariales, el compromiso con el desarrollo sostenible, los proveedores y los consumidores, entre otros.



Figura 14. Los nueve asuntos materiales del Informe RSC de Indra Sistemas, S.L 2018.

[Fuente: Informe RSC Indra]

Un ejemplo de lo dicho anteriormente es el compromiso con el desarrollo sostenible que se encuentra detallado a través de los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) que sigue la organización en el apartado 1.1.1 de nuestro trabajo.

Antes de concluir este apartado, se finalizará hablando acerca de la serie 103, ya que los tres estándares que la componen se encuentran, por sus características, en muchos de los apartados de la tabla de indicadores GRI del inicio utilizada como pilar básico para realizar este punto, además debido a la imposibilidad de hablar de todos ellos uno por uno, los esfuerzos se centrarán en la información generalizada que ofrece la empresa en dicho informe y que engloba los indicadores del 1 al 3 de la serie 103.

Indra empieza tratando los *principios de contenido* del Informe, y los resume en cuatro:

1. La inclusión de los *stakeholders*: la compañía propone a sus grupos de interés distintos canales a través de los cuales pueden establecer comunicación y dialogar. Estos canales son revisados y renovados de forma continuada, además mediante esta vía puede identificar sus expectativas
2. El contexto de sostenibilidad: en el documento se realiza una explicación en detalle acerca de cómo la empresa consigue crear valor para sus stakeholders, además también menciona la estrategia que sigue y su enfoque de gestión en las distintas áreas de la sostenibilidad y la RSC.
3. La materialidad: no quiere decir nada más que Indra ha realizado su análisis y posteriormente lo ha actualizado con materialidad para tratar los temas realmente importantes en términos de RSC y sostenibilidad.
4. La exhaustividad: en el documento puede encontrarse información acerca de los impactos que Indra realiza sobre el entorno tanto cualitativa como cuantitativamente.

Continúa con la presentación de los *principios de calidad*, que estarían formado por 6 reglas básicas a seguir: *La precisión* con la que Indra se encarga de recoger y analizar toda la información que posteriormente aparecerá en este documento; *El equilibrio* con el que se abordan los temas en concordancia con su importancia; *La comparabilidad* a través de la cual se puede contrastar los datos del presente ejercicio con los de los años anteriores; *La fiabilidad* de la información que ha sido revisada por una figura externa e independiente; Y, *la puntualidad* con la que la compañía desde 2003 elabora estos informes.

El siguiente punto se trata el *análisis de materialidad* que realizó la compañía en el año 2018; En él se identifican los aspectos de mayor materialidad para los grupos de interés y otros relacionados con aspectos económicos, además de aquellos que mayor impacto tenían en las actividades empresariales y toma de decisiones de los mismos. En la elaboración del mismo participaron activamente los directores de negocio de la empresa y esto permitió que se trataran con mucha más precisión los temas de mayor relevancia para Indra.

En cada uno de ellos el enfoque de gestión que se adopta en 2018 es el siguiente:

- En cuanto a la *Gestión del talento y la diversidad* la compañía se afianza en su política de diversidad e igualdad entre trabajadores, además de creer en la gestión proactiva del talento a través de formaciones a sus empleados.
- En lo que se refiere al *Gobierno Corporativo, ética y cumplimiento* Indra destaca en su informe que está en contra de cualquier tipo de corrupción o actividad no legal e implementa en sus acciones estándares éticos. Se presentan además los mecanismos que deben aplicarse en caso de que se presenten prácticas ilícitas.
- El tercer punto contiene los aspectos relacionados con *el cambio climático y las emisiones*, en lo relativo a este aspecto Indra cuenta con una estrategia basada en la eficiencia energética y la reducción de la huella de carbono.
- La *innovación y las oportunidades de negocio*, son descritas en el informe. La compañía se mantiene a la vanguardia de la innovación un año más e inserta ideas novedosas en aspectos de eficiencia energética o movilidad sostenible.
- Cuando expone su modelo de *cadena de suministro, ciclo de vida y abastecimiento sostenible* se habla de las políticas sostenibles que ha ido desarrollando y mejorando Indra para asegurar un aprovisionamiento con alto grado de responsabilidad y compromiso. Durante el año 2018, la mencionada cadena de suministro de Indra logró gestionar 1.406 millones de euros en compras a 7.347 proveedores diferentes a lo largo de 90 países de todo el mundo. La tabla recoge el porcentaje de compras por áreas geográficas y proveedores.

	España	Europa	América	Asia, Oriente Medio y África
Compras por áreas geográficas	73%	6%	16%	5%
Proveedores por áreas geográficas	42%	18%	31%	9%

Figura 15. Datos acerca de la cadena de suministro contenidos en el Informe RSC de Indra Sistemas, S.L 2018. [Fuente: Informe RSC Indra]

- En términos de *ciberseguridad* destacan en su Informe la importancia de la protección de la información en el sector en el que operan. Es por este motivo por el que se encuentran en constante actualización y mejora de sus sistemas de seguridad.
- Indra tiene un fuerte compromiso en los aspectos de la empresa relacionados con *los Derechos Humanos y las relaciones laborales* dentro de ella.
- La prioridad para la compañía es el cliente, es por ello que en relación a temas de *calidad del producto o servicio y calidad del cliente* posee las certificaciones de rigor que son necesarias para la garantizar la calidad total de dichos outputs, además del hecho que desarrolla encuestas de satisfacción para localizar posibles áreas para mejorar su actividad.
- La compañía, a través de la contratación de personas locales y la realización de del aprovisionamiento en el que cuentan con proveedores de la localidad, Indra *contribuye al desarrollo social y de las comunidades*.

Para concluir con el contenido del mencionado GRI 103, es de obligación incluir las *principales actuaciones* que se encuentran relacionadas a estos asuntos materiales en el año 2018: Las más destacables entre las existentes serían las acciones para incentivar a la reducción de gases de efecto invernadero (en el área ambiental), la implementación del Plan de Transformación de la cultura (en el área social), la implantación del Plan de Sensibilización de Seguridad de la Información (en el área económica) y la obtención de la certificación del Sistema de Compliance Penal por AENOR (en el área gubernamental) (GRI 103, 2016).

El Estado de Información no Financiera.

Como ya se ha comentado en la parte teórica del presente trabajo, el Estado de Información no Financiera y diversidad surge para responder al reclamo de información de la empresa por parte de los grupos de interés, y presenta un ejercicio de transparencia. Su contenido se puede agrupar según los estándares de sostenibilidad de GRI comentados en el apartado anterior atendiendo a la materia a la que hacen referencia en seis grandes apartados. Estos apartados son los que aglutinan los GRI con mayor relevancia para los grupos de interés, y es por ello

que este informe pasa a ser verificado a partir de este año, formando parte de la información a suministrar por parte de las empresas a las auditoras.

3.1.3 CERTIFICACIONES OBTENIDAS POR LA COMPAÑÍA E INFORMES DE AUDITORIA EXTERNA.

Según su página corporativa uno de los pilares básicos de la compañía conseguir ofrecer a los clientes soluciones y servicios con un alto grado de innovación y que cumplan los estándares de calidad. Para demostrar su transparencia y cumplimiento Indra de forma periódica se ve sometida a auditorías externas e independientes para garantizar la certificación de sus actividades de acuerdo a los estándares internacionales de mayor envergadura. Entre los principales estándares que cumple Indra encontramos:



Figura 16. Principales certificaciones de Calidad seguidas por la compañía.

[Fuente: Web Corporativa de Indra]

La compañía de forma específica se encarga de adaptar e implementar herramientas y métodos que se han desarrollado de acuerdo a los aspectos especiales de la empresa para así poder atender a las necesidades específicas de los compradores; se pueden resaltar:

Cuando se utilizan estos sistemas se garantiza la habilidad de la compañía para ofrecer productos que cumplan con los requisitos reclamados por parte del cliente y los que por norma le sean de aplicación.

Informes de auditorías externas

La empresa encargada de auditar a Indra en 2017, último ejercicio con informe de auditoría emitido, fue Deloitte. La auditoría de cuentas es otra herramienta por la cual un auditor independiente revisa y emite opinión sobre la veracidad de las cuentas anuales, representando

la imagen fiel de la situación de la empresa. La opinión emitida por Deloitte en relación a Indra fue favorable, lo cual implica que sus cuentas anuales consolidadas expresan la imagen fiel del patrimonio y de la situación financiera del Grupo.

3.1.3. COMPARATIVA Y POSICIONAMIENTO DE INDRA SEGÚN DIFERENTES MONITORES.

Para finalizar el exhaustivo análisis a la empresa estudiada, va a procederse a continuación a realizar una revisión acerca de la posición que ocupa Indra en comparación tanto con el resto de empresas que aparecen en el ranking como con las empresas de su mismo sector en el Ranking Merco.

Para dicho posicionamiento se usará uno de los monitores de referencia mundial como es MERCO o Monitor Empresarial de Reputación Corporativa. Se trata de una herramienta de evaluación reputacional para las empresas que fue creada en el año 2000 y se encuentra basada en un método *multistakeholder* compuesto por seis evaluaciones distintas y veinticinco fuentes donde recaban la información necesaria. Actualmente es el primer monitor auditado del mundo, pues de su seguimiento y verificación se encarga la empresa independiente KPMG según la norma ISAE 3000. Por último, Merco elabora ocho monitores distintos y se encuentra presente en 12 países como España, Chile, México o Panamá, entre otros.

El principal ránking elaborado por Merco es el referente a la reputación empresarial tanto en términos generales como por sectores, denominado Merco Empresas. En la enumeración global, Indra aparece en el puesto 86, habiendo bajado respecto al año anterior 16 posiciones, lo cual no le limita a dejar de codearse con empresas como Grupo planeta, Airbus o Cabify. En su sector aparece en segundo lugar, por detrás de Accenture, puesto 46 en el ránking global, y por delante de empresas como Mckinsey, Everis o LLYC.

En el ránking Merco Líderes, Fernando Abril-Martorell aparece en el puesto 49, lo que habla de la buena valoración de su presidente, quedando en mejor posición que en Merco Empresas.

Como empresa que atrae y retiene talento personal Indra aparece en el puesto número 44 del ránking que hace referencia a este valor, Merco Talento. En su sector vuelve a ocupar el segundo puesto tras Accenture.

Merco también elabora un ránking atendiendo a las empresas más atractivas para los universitarios, Merco Talento Universitario. Indra ocupa el puesto número 59 de la clasificación global, y el segundo en el sectorial.

Por último, en el ranking de las empresas más responsables, Merco Responsabilidad y Gobierno Corporativo, Indra aparece como la 75 en el global y segunda en el sectorial.

Además de lo anteriormente visto debe destacarse la participación de la multinacional en los índices de Sostenibilidad Dow Jones y DJSI por octavo año consecutivo, siendo la única compañía del subsector tecnológico de servicios de tecnología que permanece en él desde su entrada en el año 2006.

Una vez analizados los diferentes rankings publicados por Merco y sabiendo que Indra se encuentra presente en dos importantes índices de sostenibilidad mundial podemos concluir diciendo que es una empresa que goza de una buena reputación tanto social como empresarial, encontrándose bien valorada tanto a nivel interno como externo. A nivel sectorial tan solo otra gran empresa como es Accenture se posiciona por encima, claro indicador de que Indra es una de los grandes referentes de su sector.

CAPÍTULO 4: CONCLUSIÓN

La Responsabilidad Social Corporativa ha evolucionado durante las últimas décadas de forma significativa, esto se ha debido en gran medida a la toma de conciencia por parte de los empresarios y la gestión responsable de las empresas. Las compañías han caído en la cuenta de que lo más importante no es generar beneficios a toda costa sino obtenerlos a la vez que se mantiene un comportamiento responsable con la sociedad.

Se resalta que dicha actitudes o comportamientos no solo no conllevan cargas para la empresa, sino que favorecen una mayor confianza por parte de los clientes y grupos de interés; una mejora de los productos ofertados debido a la gestión responsable de los recursos y un mejor posicionamiento de la imagen corporativa, entre otras ventajas.

Previo análisis del Informe de RSC de una empresa debe interiorizarse lo que constituye el pilar básico de éste: el concepto de Responsabilidad Social Corporativa. Para ello se ha realizado una revisión teórica de la responsabilidad empresarial como concepto viajando por todas sus etapas desde sus orígenes hasta la versión más actualizada del término.

Una vez asentada la base teórica se poseerán armas suficientes para aplicar lo aprendido en el análisis empresarial. Lo primero a nivel práctico ha sido conocer y ubicar a Indra Sistemas. Se puede presentar la corporación como una empresa multinacional dedicada a un amplio

abanico de actividades, que ofrece: servicios financieros; servicios de telecomunicaciones; y consultoría sobre transporte, defensa y energía, entre otros. Se trata de una compañía que por su envergadura y notabilidad en el mundo empresarial forma parte del índice selectivo español IBEX 35 desde el año 1999. Cabe destacar de ella su crecimiento y desarrollo profesional con el paso de los años ya sea por incremento de volumen de facturación o a través de las fusiones realizadas con empresas tanto de ámbito público como privado.

Una vez realizada la misión anterior se ha procedido a ahondar en el objetivo principal de la elaboración de este trabajo, el análisis de la RSC de Indra. Debido a la importancia y dimensiones de la compañía debe seguir estrictamente la normativa vigente en lo que a ética empresarial respecta. En términos generales se denota una gran implicación de la compañía en su totalidad, incluyendo a las altas esferas de la misma. Prueba de ello es el nivel de rigurosidad en cuanto a la implantación de los estándares, leyes y normativas más relevantes a nivel nacional e internacional. Uno de los estándares que más aparece a lo largo del Informe son los GRI's; Indra cumple con cada uno de los indicadores que les son de aplicación, centrándose – por su peso en el documento- en el cumplimiento de aquellos que están ligados a su actividad principal, como en este caso son los medioambientales y sociales. Por otro lado, en lo que a ODS respecta se puede diferenciar en su tratamiento aquellos objetivos que son transversales para cualquier empresa, un ejemplo de ello serían los relacionados con la igualdad o la búsqueda de una sociedad más justa e inclusiva y aquellos objetivos que afectan más a razón de su misión a Indra, como serían la sostenibilidad medioambiental o los referidos a la industria e innovación.

Debe destacarse la efectividad con la que responde la compañía ante los recientes reclamos de los grupos de interés para la realización de un Estado de Información No Financiera, ya que demuestra un ejercicio de transparencia y eficacia por parte de ésta.

El hecho de que cumpla con los estándares, políticas e indicadores antes mencionados se refleja interna y externamente, es por ello que Indra aparece en clasificaciones empresariales de la importancia de Merco –dónde en el ránking de las empresas más responsables, Merco Responsabilidad y Gobierno Corporativo, Indra aparece como la 75 en el global y segunda en el sectorial–, obtiene certificaciones de calidad como las recibidas por AENOR o apareciendo en artículos de prensa como ejemplo de empresa socialmente sostenible.

Para finalizar este proyecto se debe resaltar el hecho de que, a pesar de tratar de encontrar áreas de mejora por parte de Indra, no se ha hallado ninguna a destacar ya que además es la propia corporación la que muestra en su Informe la intención de implantar mejoras con

perspectiva a futuro quedando patente el interés de la compañía por seguir evolucionando cada día en este ámbito y contribuir a la construcción de una sociedad más concienciada en lo que a responsabilidad ética se refiere.

A modo de valoración final se quiere hacer hincapié en la importancia que tienen en nuestra sociedad las corporaciones de la envergadura de la estudiada, no sólo por el volumen de empleos que generan sino por ser referente de comportamiento empresarial para aquellas de menor tamaño. Además de la demostración moral que nos brindan con sus acciones responsables con el medio y la sociedad, aportando enseñanzas acerca de que la idea de empresa cómo siempre se ha entendido ha cambiado y que son éstas las primeras preocupadas por conseguir una sociedad más *eco-friendly* en las que los presentes puedan vivir en paz y que esto perdure para las generaciones venideras.

Se concluirá resaltando el hecho de que si una multinacional con una plantilla formada por cientos de trabajadores como es Indra es capaz de someterse al cumplimiento de normativas éticas, cualquier persona puede llevar a cabo este tipo de prácticas socialmente responsables y así ayudar a la conservación del medio ambiente.

CAPITULO 5: BIBLIOGRAFÍA

Alvarado Herrera, A., & Schlesinger Díaz, M. W. (2013). Dimensionalidad De La Responsabilidad Social Empresarial Percibida Y Sus Efectos Sobre La Imagen Y La Reputación: Una Aproximación Desde El Modelo De Carroll. *Estudios Gerenciales*, 24(108), 37–59. [https://doi.org/10.1016/s0123-5923\(08\)70043-3](https://doi.org/10.1016/s0123-5923(08)70043-3)

Bancaja. (2005). Informe de Responsabilidad Social Corporativa, 6–10.

Brown, T. J., & Dacin, P. A. (1997). The Company and the Product: Corporate Associations and Consumer Product Responses. *Journal of Marketing*, 61(1), 68–84. <https://doi.org/10.1177/002224299706100106>

Comisión Europea. (2002). LIBRO VERDE DE LA COMISIÓN EUROPEA. Fomentar un marco europeo para la responsabilidad social de las empresas. Bruselas, 18.7.2001 COM (2001) 366 Final LIBRO, 23. <https://doi.org/10.1007/s00761-005-0838-0>

Fernández Gago, R (2005) Administración de la responsabilidad social corporativa, Ediciones Paraninfo, Madrid.

Fernández García, R. (2010). Responsabilidad social corporativa. ECU.

Fernández García, R.(2009): Responsabilidad Social Corporativa. Una nueva cultura empresarial. Editorial Club Universitario, Alicante.

- Florencio, B. P. (n.d.). Manual práctico de responsabilidad social corporativa: Gestión diagnóstico e impacto en la empresa. Difusora Larousse - Ediciones Pirámide.
- Fontaneda Gonzalez, I; Camino López, M.A; Mariscal Saldaña, M.A (2007): "Aproximación al concepto de Responsabilidad Social: origen y evolución, hitos e implantación para las empresas".
- Francés Gómez, P. (2008). Responsabilidad Social de las Empresas. Fundamentos y enfoque de la gestión responsable. Forética (pp. 31–35). Recuperado de https://foretica.org/wp-content/uploads/publicaciones/cuadernos-foretica/cuaderno_foretica_1_responsabilidad_social_empresarial.pdf
- Galán Zazo, J.I; Sáenz de Miera, A; de la Calle Maldonado, C (2012): Reflexiones sobre la Responsabilidad Social Corporativa en el siglo XXI. Ediciones Universidad de Salamanca.
- Gessa Perera, A., Jiménez Jiménez, M. del A., Ruiz Jiménez, A., & García Gragera, J. A. (2008). La responsabilidad social corporativa en el sector hotelero. Principios y prácticas. Investigaciones Turísticas. Una perspectiva multidisciplinar.
- Gil Sánchez, G. (2018). Responsabilidad social corporativa. Madrid: Centro de Investigaciones Sociológicas.
- Global Sustainability Standards Board (2016). Global Reporting Initiative Standards
- Indra Sistemas (2018): Informe de auditoría 2017
- López Fdez De Lascoiti, E. (2009). CRACK DE 1929: Causas, desarrollo y consecuencias. Revista Internacional Del Mundo Económico y Del Derecho Volumen I, 1–16.
- Moneva, J.M (2008): "¿Es la Responsabilidad Social Corporativa rentable para la empresa?", Revista de Contabilidad y Dirección nº7.
- Nuria Patricia Rojas-Vargas, I., Madero-Gómez, S. M., Eugenio Garza Lagüera Rufino Tamayo, A., Valle Oriente, C., García, G., & León, N. (n.d.). Corporate Social Responsibility: Historical Context and Relation with Management Theories.
- Owen, R., & Álvarez Layna, J. (2015). Textos del socialista utópico. Madrid: CSIC, Consejo Superior de Investigaciones Científicas.
- Pérez García, A. (2017). La responsabilidad social corporativa desde el enfoque de las relaciones públicas: Estrategia de gestión relacional en el contexto del desarrollo local y turismo sostenible. HOLOS, 7, 183. <https://doi.org/10.15628/holos.2017.5244>
- Rodriguez Fernández, JM (2007): "Responsabilidad Social Corporativa y análisis económico, práctica frente a teoría", Ekonomiaz, Revista Vasca de Economía nº65.
- Ruiz Otero, E., & Rubio Bergón, B. (2013). Recursos humanos y responsabilidad social corporativa. Aravaca, Madrid: McGraw-Hill/Interamericana de España.
- Westreicher, Guillermo (2018, January 11). Ebit Margin. Recuperado de <https://economipedia.com/definiciones/ebit-margen-margen-bait.html>