Asociación Española de la Industria Eléctrica

CONTRIBUCIÓN DE LAS COMPAÑÍAS QUE INTEGRAN **UNESA** AL DESARROLLO DE LA **SOCIEDAD ESPAÑOLA**

Índice

1 Introducción 4

2 Principales cifras 6

3 Entendiendo mejor el sector 12

3.1 La electricidad en nuestro modelo actual de vida 13
3.2 La electricidad en España 14

4 Impacto socioeconómico de las empresas que integran UNESA 18

4.1 La factura electrica en la economía familiar 20
4.2 Creación de valor económico 22
4.3 Generador de empleo de calidad 25
4.4 Un sector que invierte 26
4.5 Conservación del medio ambiente 29
4.6 Contribución a la comunidad 31

5 Tendencias y retos del sector eléctrico español 34

5.1 Tendencias del sector eléctrico 35
5.2 Retos y asuntos materiales del sector eléctrico 38

A Anexo. Metodología input-output 52

1 Introducción

El presente informe tiene como fin principal describir de manera objetiva la contribución de las empresas eléctricas que integran UNESA al desarrollo de la sociedad española.

Este informe tiene varios propósitos:

- Pretende trasladar a la opinión pública, y poner en valor, la importancia para el progreso y bienestar de la sociedad española que ha tenido y tiene el sector eléctrico. En este sentido, destacaremos su contribución a la generación de valor y empleo así como su afán innovador y compromiso con el medioambiente.

- Además, este informe tiene también como objetivo poner de manifiesto el desempeño de las compañías eléctricas españolas en el ámbito de la responsabilidad social como manifestación de sus compromisos con los diferentes grupos de interés.

El presente estudio ha sido elaborado por UNESA con la participación y apoyo de la firma de consultoría KPMG en España en aspectos como la metodología empleada y los análisis realizados. Para su elaboración, además de los datos obtenidos en las fuentes referenciadas en cada caso, se ha desarrollado un modelo ad hoc a partir del marco Input-Output. Se trata de un instrumento estadístico contable cuya metodología se explica en el Anexo.

El mercado eléctrico español ha sufrido profundas reformas estructurales a lo largo de los últimos veinticinco años que han ido generando importantes avances y mejoras en la calidad del servicio prestado por las compañías eléctricas. De esta forma, se ha pasado de un sistema completamente regulado y dependiente de los combustibles fósiles, entre los años 1988 a 1997, en el cual los precios se encontraban fijados por el Estado, a un mercado liberalizado tendente a que la cantidad producida y el precio de la electricidad se determinen por la oferta y demanda de energía eléctrica.

UNESA, la Asociación Española de la Industria Eléctrica es una organización profesional de carácter sectorial, para la representación, promoción, gestión y defensa de los intereses generales y comunes de sus miembros que por estos le sean confiados, **así como del sector eléctrico**. En especial, constituye un fin prioritario de la Asociación la comunicación externa a todos los niveles, que permita una explicación a fondo del sector y que permita mantener una imagen del sector acorde con la realidad.

Mejoras en la calidad del servicio, acceso de un mayor número de ciudadanos a dicho servicio, e importantes reducciones en las emisiones de gases de efecto invernadero, son algunos de los impactos positivos generados por el sector eléctrico. Impactos que van más allá del dato cuantitativo y que conllevan, en la mayoría de los casos, contribuciones sociales y mejoras colectivas difícilmente cuantificables.

Este documento busca acercar el sector a la sociedad y mostrarle, mediante datos y hechos, las aportaciones de las compañías que integran UNESA al progreso y desarrollo del país y al bienestar del conjunto de la ciudadanía. En definitiva, el informe busca acercar la percepción que la sociedad tiene del sector a la realidad, ofreciendo información sencilla y directa que facilite el entendimiento de las circunstancias y coyunturas socio-económicas que rodean al desarrollo de la actividad eléctrica.

En esta línea, las compañías eléctricas españolas son reconocidas, a nivel europeo y mundial, por su eficiencia y contribución al progreso social y económico que nuestro país ha experimentado en los últimos años.

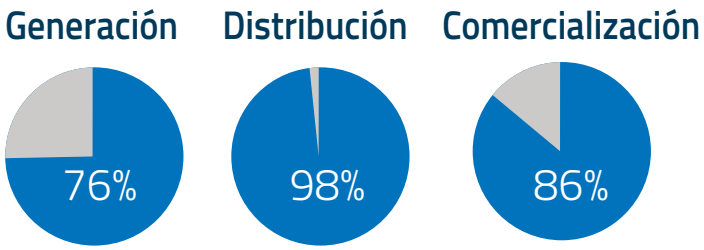
2

Principales cifras

La electricidad está presente en nuestros hogares, en el funcionamiento de la industria y el comercio, en servicios básicos como los hospitales, en las telecomunicaciones, etc. La electricidad es una parte fundamental de nuestra vida que nos posibilita hacer más cosas y de manera más eficiente. La energía eléctrica ha sido el medio que ha impulsado de forma definitiva el desarrollo tecnológico y social del último siglo.

Asociación Española de la Industria Eléctrica

Las empresas integradas en UNESA representan una gran parte de la generación, distribución y comercialización eléctrica española.



Impacto socioeconómico de las empresas que integran UNESA

Creación de valor económico

2,1%
Aportación al PIB español por parte de las compañías de UNESA en 2013,
21.189 Mill. €

Generación de empleo

151.420
Empleos vinculados a la actividad desarrollada en España por las compañías de UNESA de forma directa, indirecta e inducida.

Inversión

61.000 Mill. €
Invertidos en España por las compañías de UNESA en el periódo 2000-2013.

Compromiso con el Medio Ambiente

204 Mill. €
Inversión en iniciativas ambientales a nivel corporativo de las compañias de UNESA en 2013.

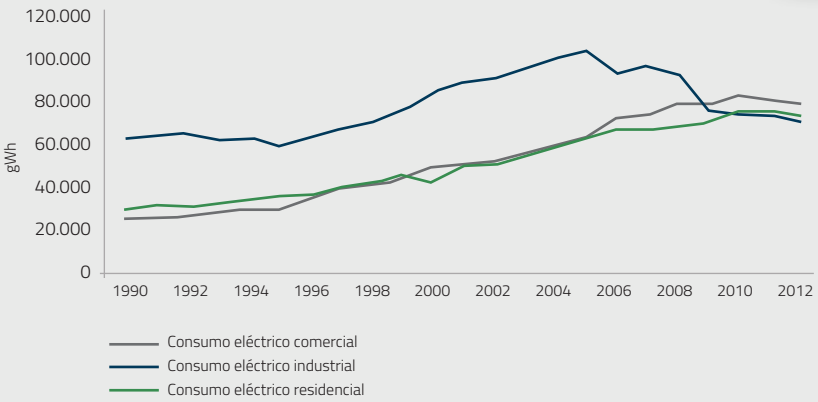
Contribución a la comunidad

147 Mill. €
Inversión en accion social por parte de las compañias de UNESA en el año 2013 a nivel corporativo.

Consumo y coste para las familias

Los hogares consumen el 32% de la electricidad en España.

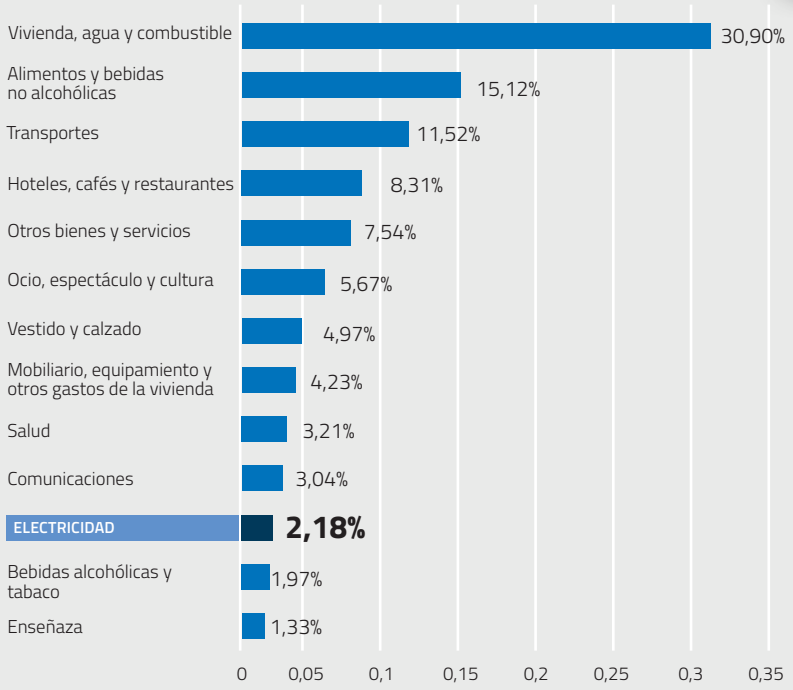
Consumo eléctrico por sectores



Fuente: EUROSTAT. Consumo de electricidad por sectores en España.

La factura de electricidad supone un 2,1% del gasto de las familias. De ésta, solo el 39% corresponde al coste de suministro, siendo el resto debido a los costes de la política energética y los impuestos.

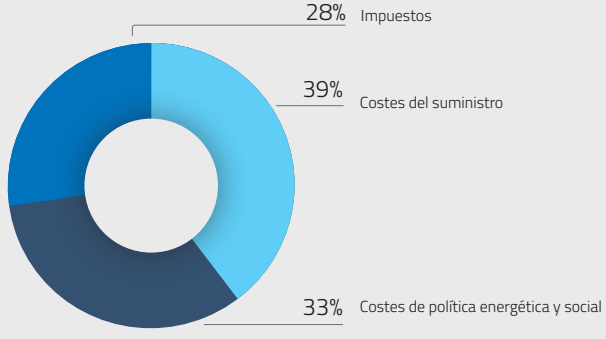
Destino del gasto de las familias en España (euros)



Fuente: Instituto Nacional de Estadística y Red Eléctrica de España.

Los costes ajenos al suministro se han incrementado del 27% en 2005 al 61% en 2013.

Componentes de la factura eléctrica 2013



Fuente: UNESA

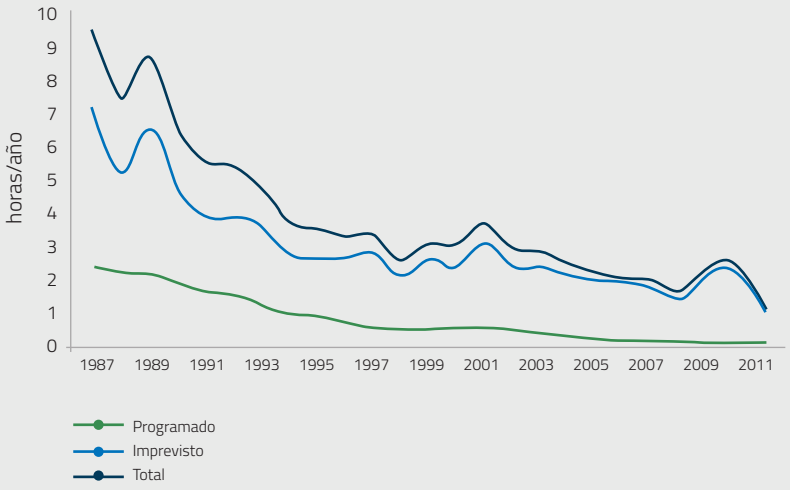
Calidad del suministro

99,99%

de disponibilidad en España. El tiempo de interrupción (TIEPI) ha bajado de 9,8 horas por año en 1987 a 1 hora en los últimos años.

El sector recibe anualmente 30 millones de consultas en sus servicios de atención al cliente. 1 millón de éstas se convierten en reclamaciones.

Tiempo de interrupción del sistema eléctrico en España (índice TIEPI)



Fuente: UNESA

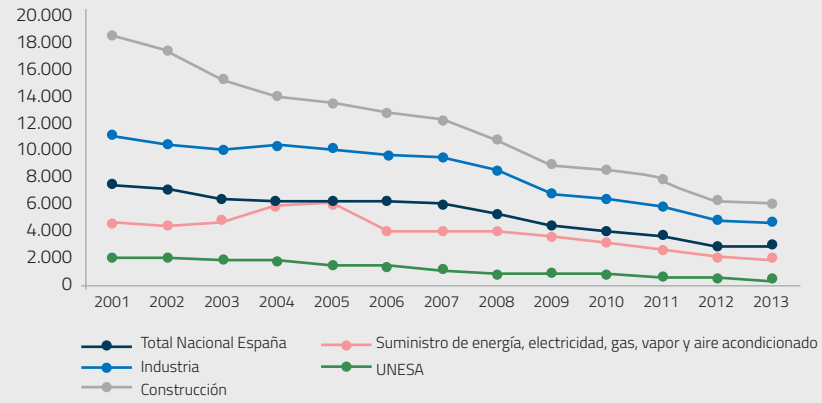
El tiempo de interrupción (TIEPI) ha bajado de 9,8 horas por año en 1987 a 1 hora por año en 2011.

Calidad y seguridad en el empleo

El 99% de los trabajadores de las empresas de UNESA tienen contrato fijo. Más del 70% de las nuevas contrataciones en 2013 se realizaron mediante contratos indefinidos (la media en España en 2013 se situó en 9,3%).

Evolución de los accidentes en las compañías de UNESA en comparativa con el total nacional y con otros sectores.

Índice de incidencias



Fuente: UNESA

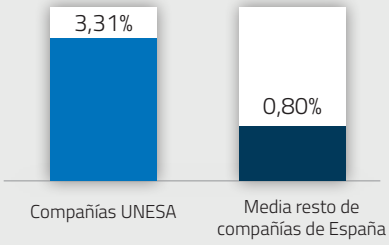
La seguridad como prioridad del sector. Las compañías de UNESA llevan más de 10 años disminuyendo la cifra de accidentes y se sitúa por debajo de la media del país.

Las compañías de UNESA producen un 114% más energía por empleado que la media europea.

Las compañías de UNESA destinan más del 3% de los gastos de personal a formación. Un 92,3% de sus empleados han participado en acciones formativas en 2013.

Comparativa de la inversión en formación en función del total de gastos en personal de las compañías de UNESA con la media del resto de compañías españolas.

Inversión en formación del total de gastos en personal



Fuente: Grupo IMF-Formación

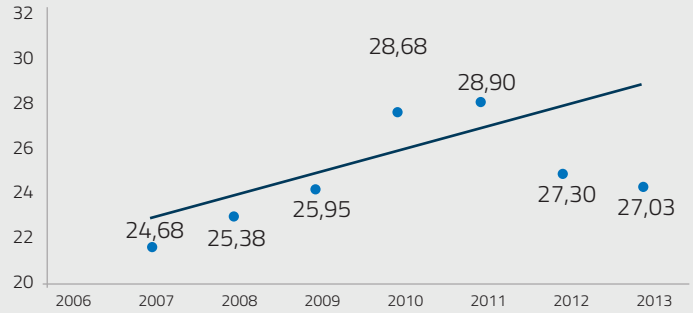
Contribución a la comunidad

750 Mill. €

Inversión en acción social por parte de las compañías de UNESA a nivel corporativo desde 2007. En 2013 se invirtieron 2.087 €/ por empleado.

De media, las compañías de UNESA invierten en acción social más de 27 Mill. €

Inversion media anual por compañía en programas de acción social (en millones de €)



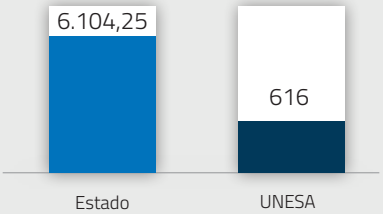
Fuente: Memorias de Sostenibilidad de las compañías de UNESA

Sector inversor que apuesta por la I+D

60.951 Mill. €

invertidos en España entre 2000 y 2013. En 2013, la inversión fue de 2.278 millones de euros.

Comparativa entre la inversión en I+D de las empresas de UNESA y el presupuesto de I+D del Estado (en millones de €)



Fuente: Memorias de las compañías integrantes de UNESA y Presupuestos Generales del Estado.

La inversión en I+D (616 Mill. €) equivale al 10% del gasto público presupuestado para España en I+D para 2015.

Medio ambiente

204 Mill.€
invertidos en iniciativas ambientales a nivel corporativo.

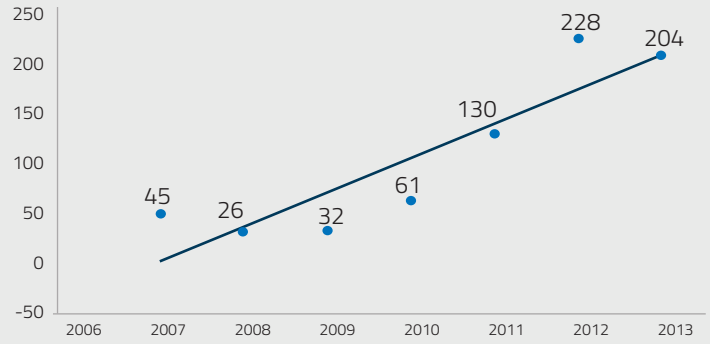
84,2 Mill. tons. de CO_2 evitadas en 2013.

El ratio de emisiones[1] de CO_2 / kWh producido, se ha reducido un 39% en los últimos 22 años.

El sector eléctrico es el que más positivamente ha evolucionado en España.

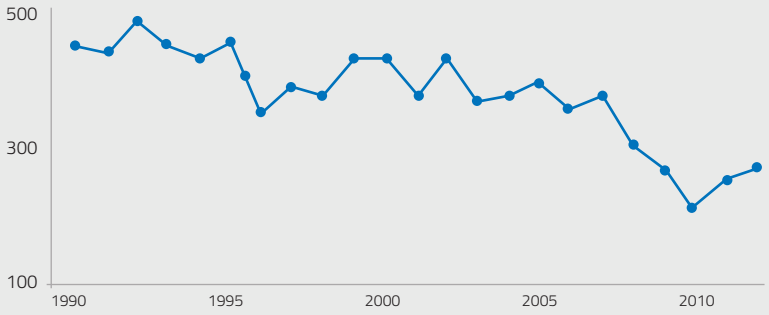
El 94,6% de las instalaciones de las compañías de UNESA han superado procesos de certificación medioambiental.

Inversión de las compañías de UNESA en iniciativas ambientales (millones de €)



Fuente: Memorias de Sostenibilidad de las compañías de UNESA

Evolución de las emisiones específicas de la producción de electricidad (gCO_2 eq/kWh)



Fuente: EEA.

Líderes en desarrollo sostenible

El sector eléctrico español es el sector con mayor presencia en el Dow Jones Sustainability Index, lo que supone un reconocimiento de su compromiso por cuestiones de gobierno, medio ambientales y sociales.

El buen desempeño de las compañías de UNESA en relación con aspectos de gobierno corporativo, códigos de conducta, cumplimiento normativo y anticorrupción se ponen de manifiesto con las notas recibidas por parte de un externo independiente como RobecoSAM, analistas para DJSI.

En las preguntas que tratan estas temáticas en el cuestionario la media de la puntuación obtenida por las compañías de UNESA se encuentra claramente por encima de la media sectorial. Destaca especialmente la pregunta de *"Codes of Conduct/Compliance/Corruption&Bribery"* en la que las compañías de UNESA reciben calificaciones iguales o cercanas a la máxima puntuación posible.

edp	Líder mundial del grupo utilitites (electricidad, gas y agua)
endesa / IBERDROLA	Ambas compañías forman parte del índice desde sus inicios
gasNatural fenosa	Líder mundial en el sector gas
e·on	Incluido dentro del selectivo en el sector multiutilities

1. Emisiones evitadas con respecto a 2012 por mejoras en los procesos productivos, campañas de sensibilización, políticas de ahorro y eficiencia energética entre otras.

3 Entendiendo mejor el sector

Fuente de energía versátil, básica y necesaria para la vida cotidiana

Servicio de calidad y accesible para toda la población

Sistema fiable y con baja indisponibilidad

Sector eficiente, limpio y reconocido

99,6%
de las viviendas españolas dispone de energía eléctrica.

740 Mil.
kilómetros de red de transporte y distribución

28 Mill.
de puntos de suministro

2,5 minutos[2]
de interrupción del servicio en 2013

1er
país en el que la eólica es la principal fuente de generación[3]

2. Datos globales del sector eléctrico en España.
3. Fuente: Asociación Empresarial Eólica (AEE) y Red Eléctrica de España.

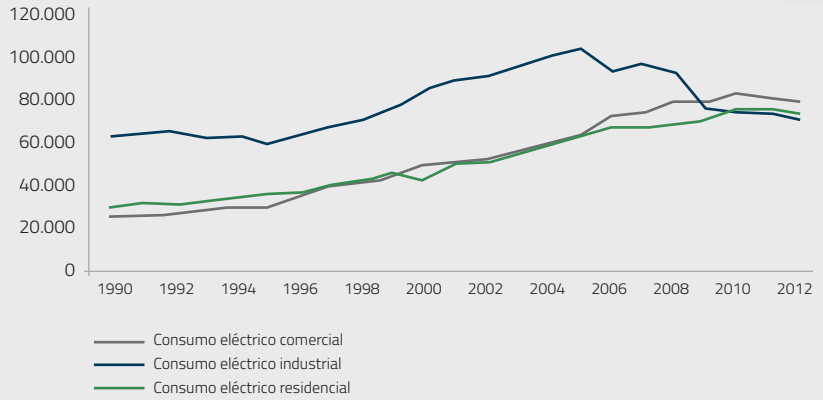
3.1. La electricidad en nuestro modelo actual de vida

Sin la electricidad la sociedad, no podría funcionar. La industria eléctrica ha puesto en servicio numerosos avances que han mejorado nuestras condiciones de vida. El consumo eléctrico anual tanto de los hogares como de los comercios e industrias es muy superior al resto de fuentes de energía, debido a la versatilidad de la electricidad, a la cantidad de usos que se le da y a la facilidad de acceso que presenta. La electricidad significa:

- **Hogar** ya que la electricidad alimenta los electrodomésticos (frigoríficos, lavadoras, microondas, etc.) que mejoran la calidad de vida de los ciudadanos y aumentan la disponibilidad de tiempo libre.
- **Seguridad y control** al ser empleada para la iluminación nocturna, como fuente de energía de los sistemas de alarmas, como mecanismo para el control del tráfico en las ciudades, para el control aéreo, etc.
- **Medicina** al ser empleada tanto en los hospitales como en los centros asistenciales para el funcionamiento de los aparatos de diagnóstico (rayos X, electrocardiogramas, resonancias, etc.).
- **Industria y comercio** al ser la base para el funcionamiento de gran cantidad de maquinaria de fabricación.
- **Movilidad** al ser la fuente de energía de trenes y metros, incorporándose progresivamente el vehículo eléctrico, que contribuirá a reducir la dependencia de combustibles fósiles y, sobre todo, las emisiones a la atmósfera.
- **Comunicación**, al ser imprescindible para la difusión de las señales de radio y televisión y, por supuesto, para el funcionamiento de los ordenadores e internet.

La electricidad es, por tanto, el motor de la economía de las sociedades actuales. En definitiva, la electricidad significa bienestar y desarrollo.

Consumo eléctrico por sectores



Fuente: EUROSTAT. Consumo de electricidad por sectores en España.

La electricidad mueve la vida cotidiana. Sin electricidad no es posible el desarrollo económico y social. La energía eléctrica es un factor clave de desarrollo, competitividad y creación de valor.

3.2. La electricidad en España

Un sector complejo e intensivo en inversión…

El sector eléctrico es complejo e intensivo en inversiones con más de 61.000 millones de euros invertidos entre los años 2000 y 2013. La realización de inversiones en un sector de estas características requiere estabilidad regulatoria.

Regido por más de 200 normas, se trata de un sector con una regulación compleja ya que debe satisfacer al mismo tiempo varios objetivos que no siempre son totalmente compatibles entre sí. La política energética impone que los tres ejes sobre los que debe girar la regulación sean: garantía de suministro, eficiencia económica y sostenibilidad ambiental. Asimismo, la regulación ha de recoger que la retribución para las actividades reguladas sea suficiente para la inversión realizada y debe garantizar que exista una competencia efectiva en las actividades liberalizadas mientras se mantiene un precio competitivo para el cliente final.

La complejidad del sector viene dada por la propia naturaleza del recurso. Como producto no almacenable, la actividad del transporte y distribución de electricidad requiere conexiones directas con los consumidores, cuya demanda varía en períodos relativamente cortos de tiempo. La oferta ha de ser igual a la demanda en cada instante, lo que requiere la coordinación de la producción de energía eléctrica. Se ha de dar también una coordinación entre las decisiones de inversión en generación y transporte.

El avanzado nivel tecnológico de los equipos eléctricos hacen que el sector requiera de trabajadores altamente cualificados para desarrollar las complejas actividades requeridas.

En una economía desarrollada como la española, la electricidad es el principal input productivo. De aquí la importancia de una política activa de I+D.

Las líneas principales de I+D en el sector eléctrico se centran, en primer lugar, en la búsqueda de una mayor eficiencia en las actividades. Los aumentos en esa eficiencia redundarán en importantes aumentos en la productividad del resto de sectores que mueven nuestra economía.

En segundo lugar, el sector avanza hacia una mejora del bienestar social, reduciendo los impactos negativos que pueda tener su actividad. En particular, hoy la I+D se centra en actividades como la introducción de las energías renovables y las soluciones de redes inteligentes y movilidad sostenible.

…que es capaz de ofrecer un servicio universal y de fácil acceso…

En España disfrutamos de uno de los sistemas eléctricos más avanzados de Europa. El sector energético en general, y el eléctrico en particular, son piezas clave de la economía. Por ello se hace imprescindible que la electricidad esté al servicio de todos y que sea fácilmente accesible.

Alta cobertura y fácil accesibilidad

La red eléctrica española ofrece una elevada cobertura tanto peninsular como insular. **El 99,6% de las viviendas disponen de electricidad como fuente básica de energía**. Esta tasa de electrificación es equiparable a la del resto de países avanzados, y está soportada por los casi 740 mil kilómetros de cableado eléctrico que recorren el territorio nacional.

Además, los aproximadamente 28 millones de puntos de suministro-0,6 puntos de acceso por persona-, ofrecen un servicio universal que supera en accesibilidad al de otros servicios cotidianos y básicos.

Si comparamos el acceso a la electricidad que disfrutamos en España con el acceso a otros elementos considerados muestra

del desarrollo y progreso socio económico, se observa que es, con diferencia, el servicio más accesible y que mayor nivel de cobertura ofrece a la sociedad.

...con los máximos estándares en seguridad, fiabilidad y eficiencia...

Alta fiabilidad. Baja indisponibilidad

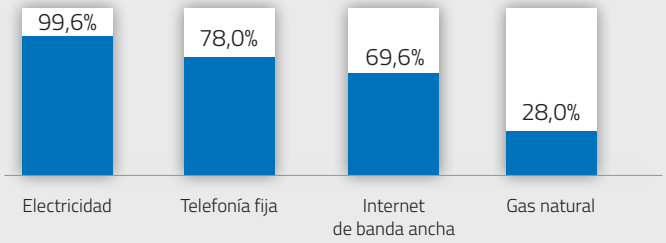
La calidad del suministro viene expresada por la tasa de disponibilidad. En España, esta tasa es del 99,99%

Una de las características más importantes del sistema eléctrico español es su seguridad y fiabilidad. España es uno de los países con menores incidencias o interrupciones prolongadas del servicio (es decir, con un reducido nivel de cortes de la luz).

Se llega a la misma conclusión si la variable a observar es la evolución del número de interrupciones.

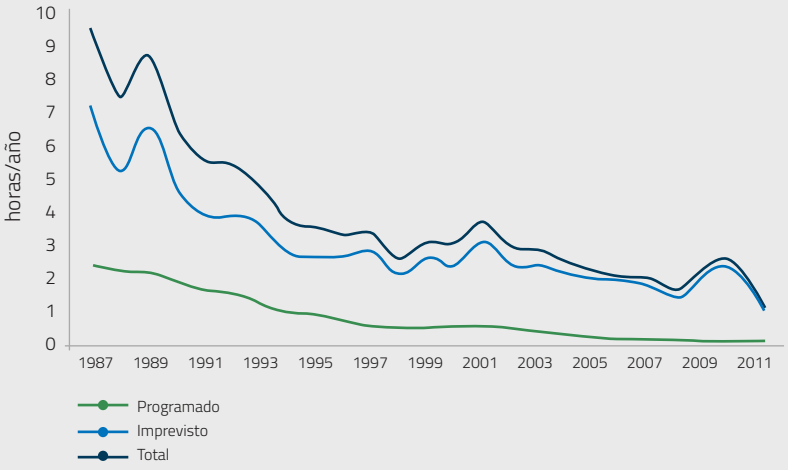
Todas las compañías de UNESA disponen de sistemas de gestión de calidad certificados.

Nivel de cobertura



Fuente: CNMC e INE

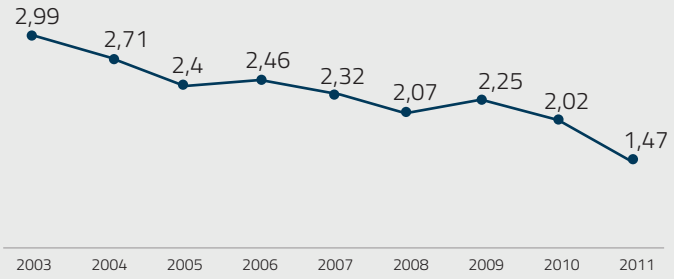
Tiempo de interrupción del sistema eléctrico en España (índice TIEPI)[4]



Fuente: UNESA

El tiempo de interrupción (TIEPI) ha bajado de 9,8 horas por año en 1987 a 1 hora por año en 2011.

Número de interrupciones del sistema eléctrico en España (índice NIEPI)[5]



Fuente: Ministerio de Industria, Energía y Turismo

El número de interrupciones (NIEPI) ha bajado a la mitad desde el año 2003 al 2011.

4. TIEPI: Tiempo de Interrupción Equivalente de la Potencia Instalada en media tensión.
5. NIEPI Número de Interrupciones Equivalente de la Potencia Instalada en media tensión.

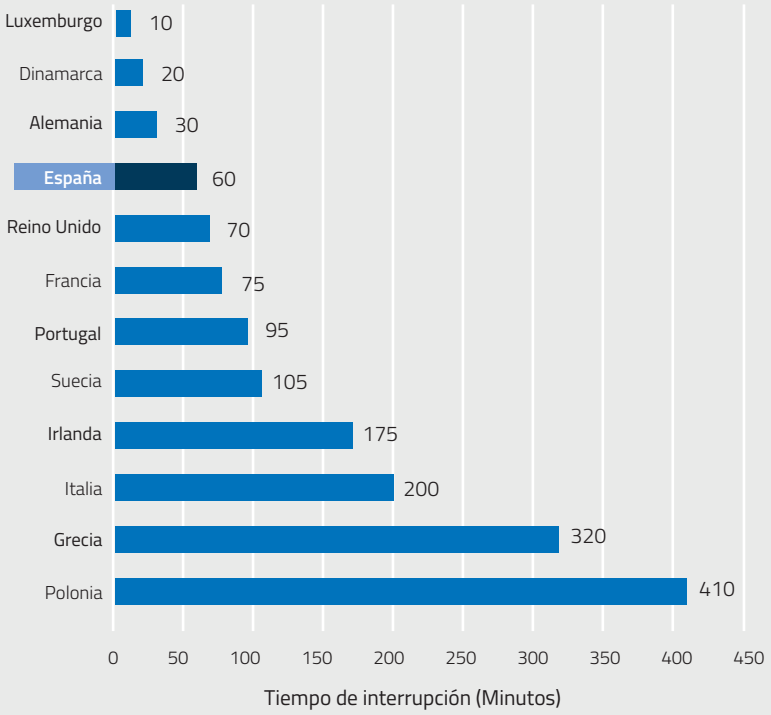
La disponibilidad del suministro en España se encuentra entre las mejores de Europa, por delante de países como Italia, Portugal, Francia y Reino Unido[6].

Internacionalmente se utilizan unos indicadores distintos para medir el grado de calidad y disponibilidad del suministro y servicio recibido, los denominados SAIDI y SAIFI.

SAIDI (System Average Interruption Duration Index): duración media de las interrupciones experimentadas por los consumidores.

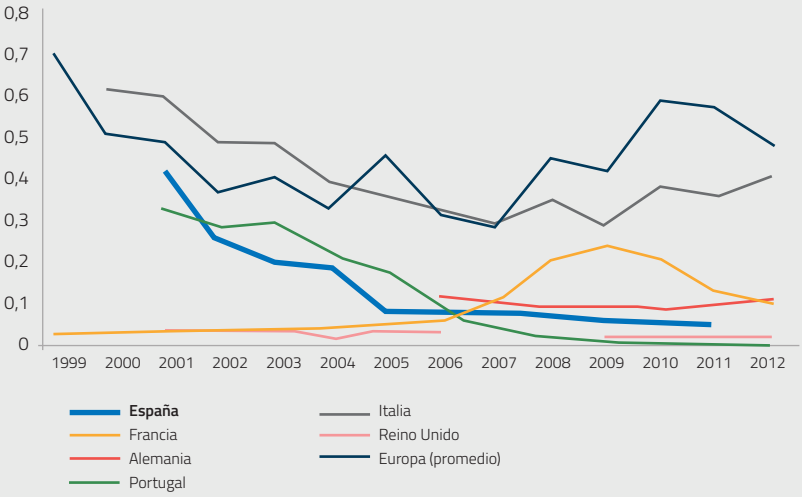
SAIFI (System Average Interruption Frequency Index): número medio de interrupciones experimentadas por los consumidores.

Duración media de las interrupciones por consumidor y año (índice SAIDI)



Fuente: CEER Benchmarking Report 5.1 on the Continuity of Electricity Supply Data update y elaboración propia.

Comparativa del SAIFI planificado de determinados países europeos, número medio de interrupciones por consumidor y año [índice SAIFI]



Fuente: CEER Benchmarking Report 5.1 on the Continuity of Electricity Supply Data update y elaboración propia.

6. Fuente: Council of European Energy Regulators (CEER)

Apuesta por la eficiencia en el consumo y en el negocio

Según el Consejo Mundial de la Energía, España es el 5º país de Europa y el 9º del mundo en eficiencia energética

Según el Consejo Mundial de la Energía[7] , España es el noveno país del mundo, y el quinto de Europa, en eficiencia energética de acuerdo a un ranking elaborado por el mencionado organismo y que evalúa a 129 países. El Consejo, para construir la clasificación, valora la disponibilidad del suministro de energía; cuánto de accesible y asequible es la energía para la población; y cuánto de energía proviene de fuentes renovables con baja emisión de CO_2. Además, España es uno de los cinco únicos países en recibir la calificación AAA, otorgada por el propio Consejo por su rendimiento general y su equilibrio entre las tres categorías evaluadas. En el año 2013 España mejoró en siete puestos su posición en el ranking respecto a 2012.

Las compañías de UNESA producen un 114% más energía por empleado que la media europea.

Las compañías que integran UNESA producen energía de forma más eficiente que la media del resto de compañías en Europa. Con una producción de 9,8 GWh/empleado[8] superan en más del doble a la media europea, que se sitúa en 4,58 GWh/empleado[9].

...y con un desempeño ampliamente reconocido por terceros

Las compañías del sector se encuentran a la vanguardia mundial por su gestión, innovación y sostenibilidad. Las empresas eléctricas españolas han sido capaces de incorporar, de forma eficiente, expectativas sociales y compromisos ambientales para hacer efectivos los compromisos adquiridos con la Unión Europea.

Las compañías de UNESA han sido algunas de las principales impulsoras y desarrolladoras del reporting no financiero en España. Disponen de completos y exhaustivos informes de sostenibilidad en los cuales se tratan los aspectos materiales de su actividad, el desempeño de la compañía en esos aspectos y sus objetivos para los años venideros.

Todas ellas han recibido importantes reconocimientos en los últimos años por parte de los mercados y los inversores gracias a su transparencia y desempeño en materia de sostenibilidad. Sus Planes Directores de sostenibilidad sirven de eje para sus actividades empresariales. Además, la Responsabilidad Social Corporativa está implantada de forma transversal en toda la organización contribuyendo a un excelente desempeño económico, social y ambiental.

Un ejemplo del reconocimiento del mercado a la excelencia en la gestión es la presencia en el Dow Jones Sustainability Index, índice bursátil que reconoce a las compañías con modelos de gestión más avanzados en materia de sostenibilidad, de las principales compañías eléctricas que operan en España – EDP, Endesa, E.ON, Gas Natural Fenosa e Iberdrola.

7. Índice: “Energy, sustainability index” (http://www.worldenergy.org/data/sustainability-index)
8. Fuente: UNESA
9. Fuente: Eurelectric

4

Impacto socioeconómico de las empresas que integran UNESA

- Motor de crecimiento de la economía
- Sector inversor
- Generador de empleo de calidad
- Factor de innovación
- Eficiente en materia ambiental
- Relevante contribución al desarrollo social

2,1%
contribución del sector al **PIB** nacional

61.000 Mill. €
invertidos en **España** en el periodo 2000–2013

151.420
empleos vinculados

2.278 Mill. €
de inversión en España por parte de las compañías de **UNESA** en 2013

147 Mill. €
destinados a **proyectos sociales** en 2013

4.1. La factura electrica en la económía familiar

Los usuarios eléctricos en España reciben un servicio que se encuentra a la vanguardia de los sistemas eléctricos en términos de calidad, fiabilidad y accesibilidad.

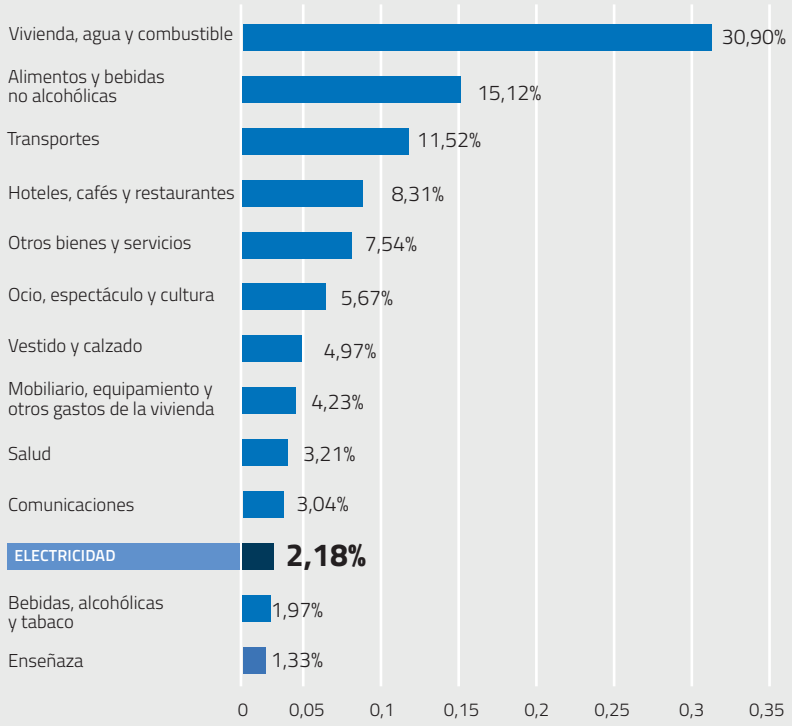
Por recibir este servicio, un hogar paga de media en su factura eléctrica, una cantidad de 591 €[10] para un consumo medio de 2.500 kWh al año y una potencia media contratada de 3,3 kW.

Para contextualizar esta cifra, debemos mencionar que el gasto medio por hogar en España, según el INE, es de 27.098 €. De esta cifra, 591 € son destinados para el pago de la factura eléctrica.

El gasto en electricidad representa, por tanto, el 2,18 % de los gastos del hogar en España siendo uno de los gastos con un porcentaje inferior.

Los hogares españoles destinan al pago de la electricidad, de media, un 2,18 % de sus ingresos

Destino del gasto de las familias en España (euros)



Fuente: Instituto Nacional de Estadística y Red Eléctrica de España.

En España, el gasto en electricidad en el año 2013 supuso únicamente un 2,18% del total de la cesta de la compra.

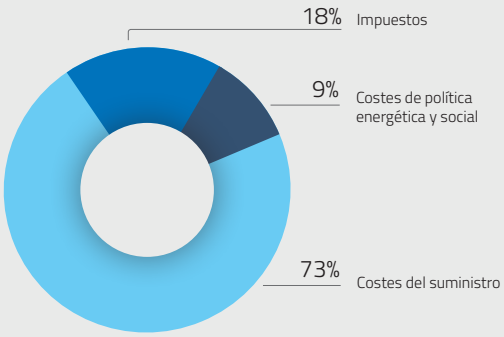
Esto supone que para este mismo año, los españoles han gastado de media 70 céntimos de euro al día por la electricidad consumida.

10. Fuente: CNMC
http://www.ree.es/sites/default/files/interactivos/como_consumimos_electricidad/como-varia-mi-consumo.html

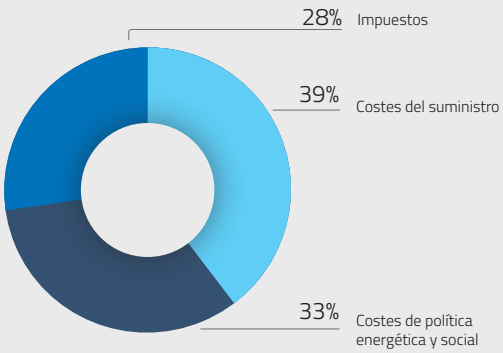
Cambios en los componentes de la factura eléctrica

- En los últimos años, los costes ajenos al suministro se han incrementado, pasando de representar el 27% en 2005 al 61% en 2013.
- Estos costes no deberían formar parte de la factura eléctrica, pues se corresponden con costes de política social o medioambiental.

2005



2013



Fuente: UNESA

4.2. Creación de valor económico

Contribución directa, indirecta e inducida a la economía española de las compañías de UNESA en el año 2013

Las compañías eléctricas contribuyen al crecimiento económico a través de su actividad directa y de las actividades auxiliares que precisan para su funcionamiento. La figura anterior, muestra las principales contribuciones de la actividad desarrollada exclusivamente por el sector eléctrico y en el territorio nacional de las compañías que integran UNESA[11].

La **contribución directa** de las compañías de UNESA al PIB de España es de aproximadamente 8.636 millones de euros (0,85% del PIB).

La actividad de estas compañías supone además un **impacto indirecto** como consecuencia del incremento de actividad empresarial de las compañías de UNESA en sus proveedores directos y de sus proveedores directos, a su vez, sobre sus proveedores, de aproximadamente 4.654 millones (0,45% del PIB).

Por último, la actividad en el sector eléctrico de las compañías de UNESA produce un **impacto inducido** generado por los proveedores en el resto de sectores, a través de la compra de bienes y servicios, de 7.899 millones (0,8% del PIB).

Durante el proceso de evaluación de proveedores, a través de las plataformas como RePro (sistema de clasificación de proveedores para España, a los efectos previstos por la Ley 31/2007 de Procedimientos de contratación para los sectores del agua, energía, transportes y telecomunicaciones), las compañías de UNESA solicitan declaraciones a sus proveedores de cumplimiento en materia de gestión ambiental, prevención de riesgos laborales y seguridad industrial, y responsabilidad corporativa.

En 2013, las compañías de UNESA han aportado un 2,1% (21.189 millones de euros) al PIB nacional.

2,1%
Aportación al PIB de España por parte de las compañías de UNESA

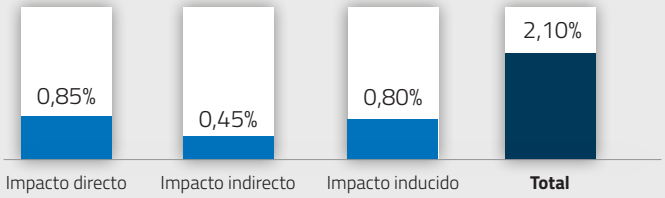
8.636 Mill. €
Contribución directa de las empresas de UNESA sobre el PIB

4.654 Mill. €
Impacto indirecto de las empresas de de UNESA sobre el PIB

7.899 Mill. €
Impacto inducido de las empresas de de UNESA sobre el PIB

21.189 Mill. €
Aportación total de las empresas de UNESA sobre el PIB

Impacto sobre el PIB de las compañías de UNESA



Fuente: KPMG

Según el INE, la aportación al PIB en España por habitante es de 22.279 € al año; 43.899 € de media en el caso de la población activa y 60.069 € de media en el caso de población ocupada.

Cada persona empleada por compañías de UNESA en España ha contribuido en 2013 de media, de manera directa, 339.000€ al PIB nacional.

11. El valor económico en cifras de la contribución de las compañías eléctricas, se ha obtenido siguiendo la **metodología Input-Output**, a partir del gasto anual de dichas compañías en la compra de bienes y servicios a proveedores, el consumo realizado por los empleados del sector en España (considerando que la capacidad de compra de esta población viene determinada por el salario que perciben de su prestación de servicios a esta industria) y las contribuciones a las Administraciones por la actividad eléctrica a través de los impuestos.

Las empresas de UNESA suponen de manera directa, indirecta e inducida un 8,5 % de los empleados del sector industrial y aportan el 8% del PIB de este sector

Contribución a la Administración General del Estado

En impuestos, las compañías de UNESA ingresaron al Estado 3.680 millones de euros en 2013. Esta cifra cubre el 77,5% del presupuesto público destinado al fomento del empleo (4.746 millones de euros) para el 2015

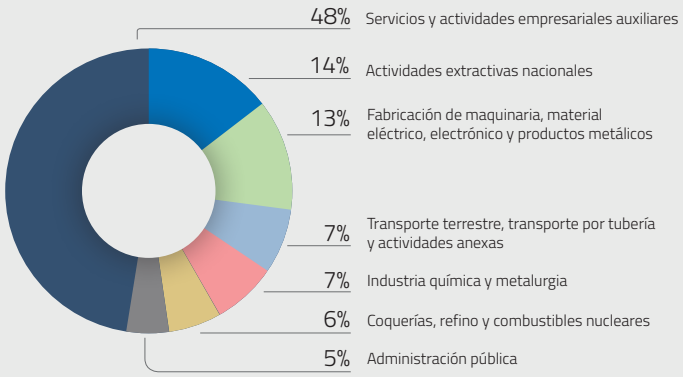
En comparativa con los presupuestos destinados a diferentes ministerios cabe destacar que con los impuestos recaudados de las compañías de UNESA el Estado pueden cubrir hasta más de cuatro veces el presupuesto destinado al Ministerio de Educación, Cultura y Deporte.

Impacto indirecto e inducido en sectores de la economía española

La actividad de las compañías produce a su vez un impacto positivo en otros sectores de la economía. El siguiente gráfico muestra una estimación de ese impacto.

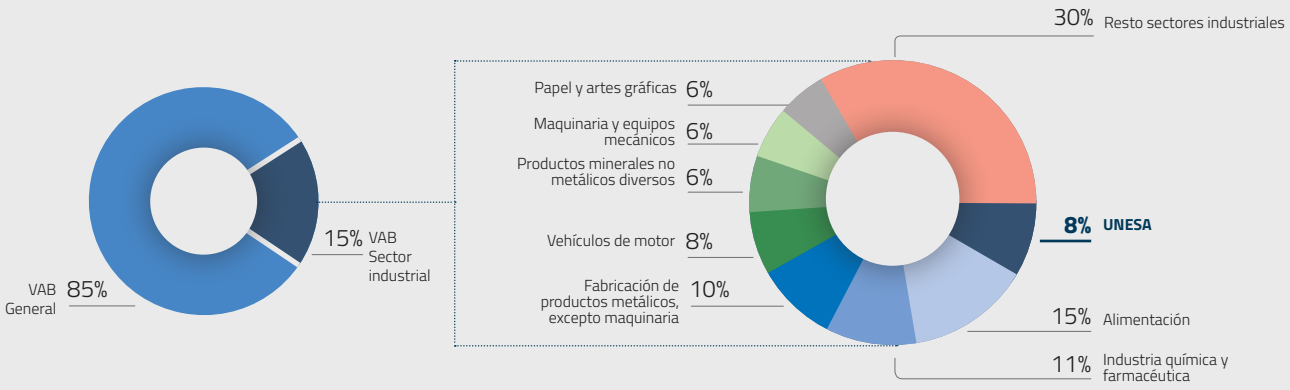
La contribución al Valor Añadido Bruto (VAB)[12] de las empresas que integran UNESA las convierte en un elemento imprescindible de la riqueza nacional.

Distribución del PIB generado por las compañías de UNESA en otros sectores



Fuente: KPMG

Desglose del VAB de los sectores industriales repecto al VAB nacional



Fuente: Ministerio de Industria, Energía y Turismo

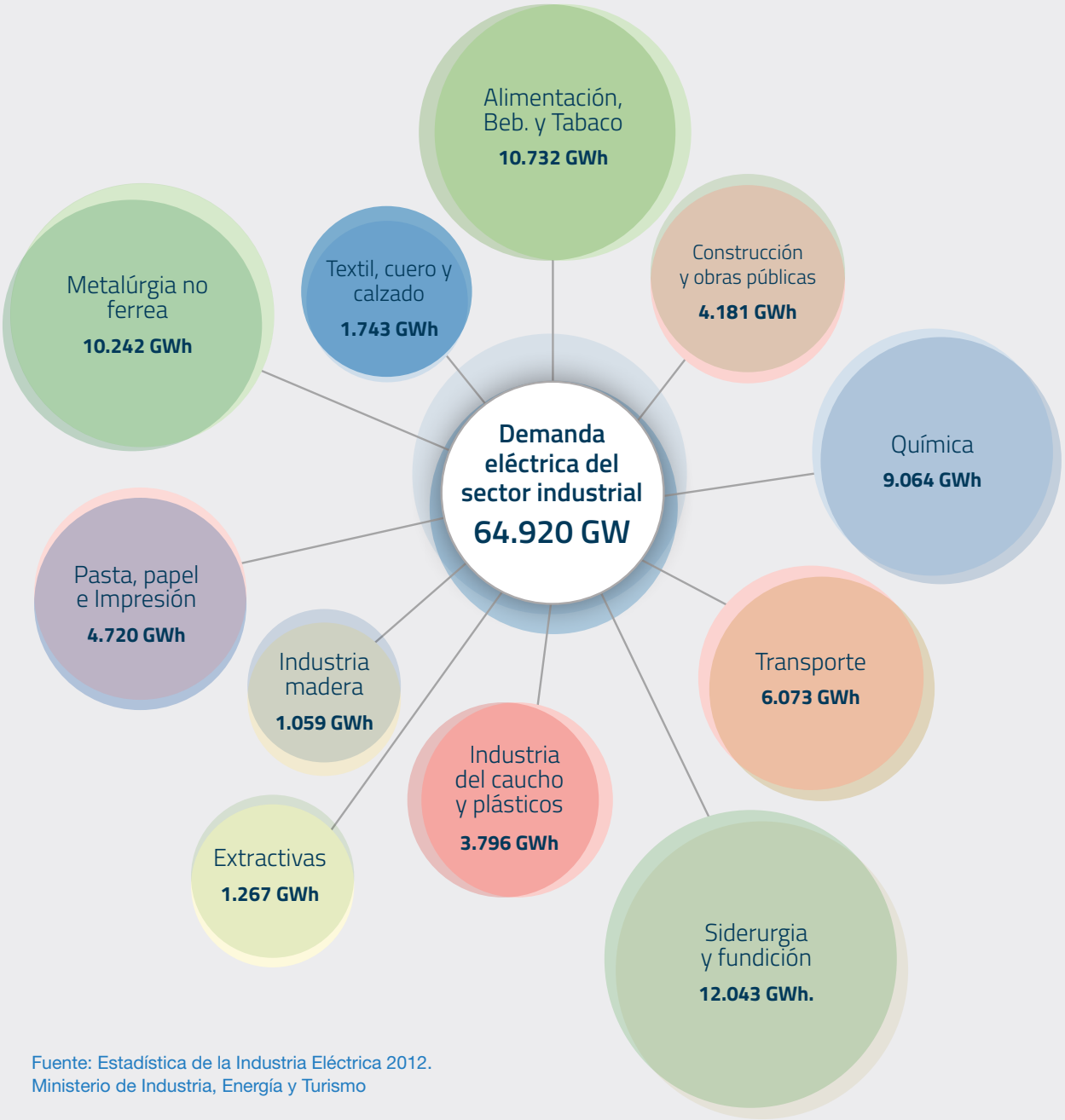
12. Valor Añadido Bruto: riqueza generada durante el periodo considerado que se obtiene por diferencia entre el valor de la producción y los consumos intermedios utilizados (materias primas, servicios y suministros exteriores, etc.).

Valor añadido a los sectores más dinámicos de la economía

Las compañías del sector industrial necesitan de la electricidad para llevar a cabo sus actividades, las cuales generan riqueza y prosperidad en España. Con el objetivo de entender la dependencia que los distintos sectores industriales tienen con respecto a la electricidad se muestra, en GWh, la energía eléctrica que necesitan el resto de sectores industriales para llevar a cabo su actividad.

La siderurgia y fundición, la metalurgia y el sector de alimentación son los sectores con mayor dependencia energética de la electricidad con un total de 33.017 GWh de forma conjunta.

Efecto dependiente del resto de sectores industriales respecto a la electricidad (GWh).



Fuente: Estadística de la Industria Eléctrica 2012.
Ministerio de Industria, Energía y Turismo

4.3. Un sector que invierte

Principales magnitudes en relación con las inversiones totales y en I+D de las compañías de UNESA

La mayor parte de las inversiones del sector se destinan a la construcción, ampliación y mantenimiento de sus instalaciones de generación y distribución de energía eléctrica.

Las compañías de UNESA **invirtieron 60.951 millones** de euros en España entre 2000 y 2013. En 2013, la inversión fue de **2.278 millones de euros**.

El sector eléctrico apuesta por la I+D

La innovación es un elemento común en los planes de presente y futuro de las compañías de UNESA. En un sector crecientemente innovador como el eléctrico, estar a la vanguardia en este ámbito es un elemento clave para la sostenibilidad en el tiempo. Las empresas en España invierten de media el 0,15% de sus ingresos en **I+D**[13]. En las compañías de UNESA este porcentaje aumenta algo más de un 50%, hasta el 0,23%.

Las compañías invierten, entre otros, en investigación sobre redes inteligentes, movilidad sostenible, eficiencia energética o energías renovables. Las compañías de UNESA invierten 8.873 euros por ámbito, lo que supone 7 veces más de lo que invierten las compañías españolas por trabajador ocupado.

Inversión

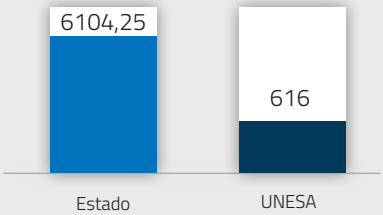
61.000 Mill. €
Inversión en España por parte de las compañías de UNESA desde el año 2000 hasta el año 2013

2.278 Mill. €
Inversión en España por parte de las compañías de UNESA en el año 2013

616 Mill. €
Inversión en I+D por parte de las compañías de UNESA en 2013 a nivel corporativo

8.873 €/ empleado
Inversión en I+D por empleado de las compañías de UNESA en 2013 a nivel corporativo

Comparativa entre la inversión en I+D de las empresas de UNESA y el presupuesto de I+D del Estado (en millones de €)



Las inversiones en I+D de las compañías que forman UNESA (616 Millones) equivalen al 10% del gasto público presupuestado para España en I+D para el siguiente ejercicio (6.104,25 Millones).

Fuente: Memorias de las compañías integrantes de UNESA y Presupuestos Generales del Estado.

13. Fuente: Banco Mundial

4.4. Generador de empleo de calidad

Relevante papel en la creación de empleo de calidad

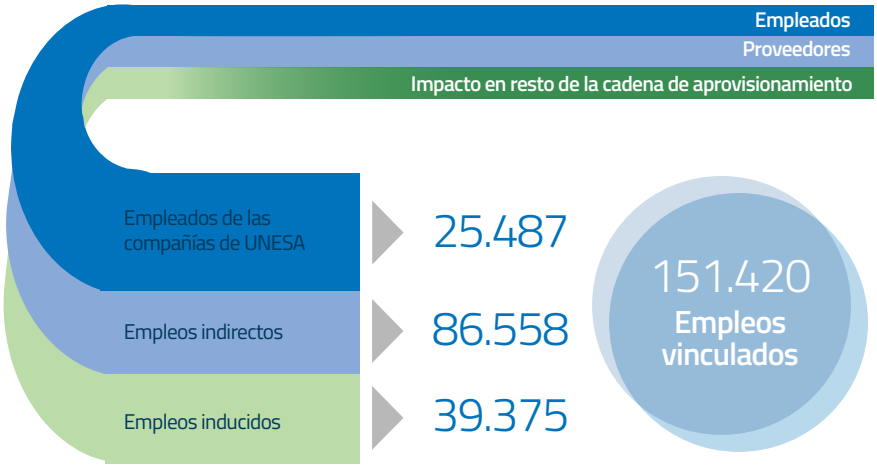
Las compañías integrantes de UNESA emplean en España a 25.487 personas[14]. Pero por cada **empleo directo**, se crean cinco puestos de trabajo de forma indirecta en proveedores directos, proveedores indirectos y en otros sectores de la economía de forma inducida.

La cifra de **empleo indirecto** en **proveedores** se estima en 86.558.

El **impacto inducido** sobre el empleo a través del resto de la cadena de aprovisionamiento se estima en 39.375 personas. De esta forma, la contribución total a la creación de empleo creada por el impulso de las compañías de UNESA se estima en 151.420 personas.

El volumen de puestos de trabajo impulsado por las empresas de UNESA es equiparable a la población activa de provincias como Alicante o Córdoba.

Por cada empleado creado por las compañías de UNESA se generan 5 puestos de trabajo indirectos e inducidos en otros sectores de la economía



151.420
Empleos vinculados en España por las compañías de UNESA de forma directa, indirecta e inducida

25.487
Empleos directos generados en España por las compañías de UNESA

86.558
Empleos indirectos generados en España por las compañías de UNESA

39.375
Empleos inducidos generados en España por las compañías de UNESA

1% **Las compañías de UNESA generan de forma directa, indirecta e inducida el 1% de los puestos de trabajo existentes en España**

14. El impacto sobre la creación de empleo directo, indirecto e inducido, se ha estimado siguiendo la **metodología Input-Output**, a partir del gasto anual de dichas compañías en la compra de bienes y servicios a proveedores, el consumo realizado por los empleados del sector en España (considerando que la capacidad de compra de esta población viene determinada por el salario que perciben de su prestación de servicios a esta industria) y las contribuciones a cada Comunidad Autónoma por la actividad eléctrica a través de los impuestos.

Las compañías de UNESA emplean de manera directa, indirecta e inducida al 36% de los empleados del sector energético en España[15]. (151.420 empleados).

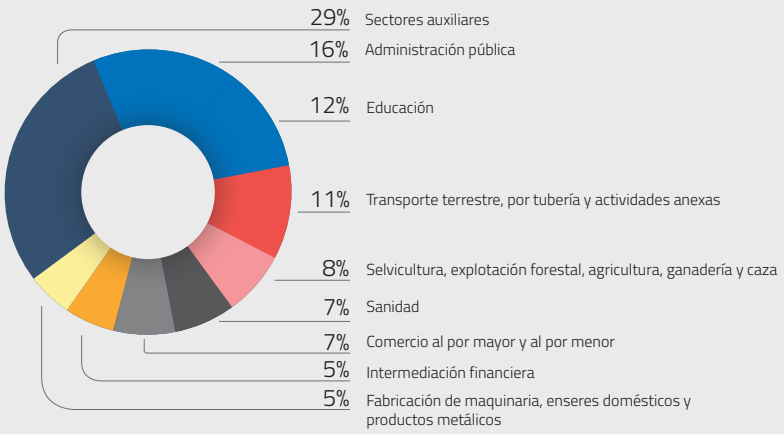
Cabe destacar que en numerosas ocasiones las instalaciones de producción, transporte y distribución de electricidad se encuentran en localizaciones geográficas distantes de los principales núcleos de población. De esta manera, **el sector contribuye a la generación de empleo en los entornos rurales.** La operación de dichas instalaciones impulsa la actividad de las empresas de contratistas locales, demandando servicios de hostelería, de transporte, de salud, o de seguridad, entre otros.

Las principales compañías eléctricas llevan a cabo **numerosos programas e iniciativas destinados al fomento del empleo**, también durante la crisis económica.

La actividad de las compañías de UNESA estimula la creación de empleo en diversos sectores.

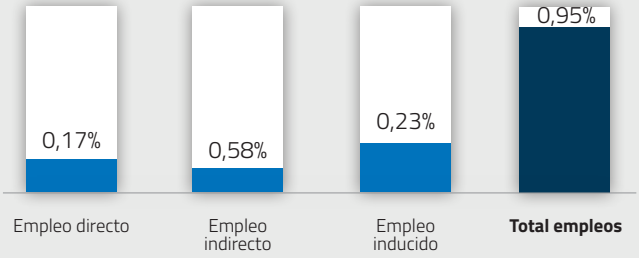
El 99% de los trabajadores de las empresas de UNESA tienen contrato fijo (frente al 76,9% de la media española y el 86,2% de la media europea)[16].

Empleos generados por las compañías de UNESA en otros sectores de la economía



Fuente: KPMG

Impacto sobre el empleo nacional de las compañías de UNESA



Fuente: KPMG

15. Fuente: Estudio “El sector energético y su aportación a la sociedad española”. Enerclub. 2014

16. Eurostat. Employment_statistics. http://epp.eurostat.ec.europa.eu/statistics_explained/images/c/c1/Employment_statistics_YB2015.xlsx

El sector eléctrico genera empleo de calidad

En adición a las importantes cifras de creación de empleo neto que suponen las compañías de UNESA para el mercado laboral español, cabe destacar la calidad de dicho empleo.

La apuesta por un empleo de calidad y estable se ve reflejado en el hecho de que en el año 2013 el 71,1% de las contrataciones que llevaron a cabo las empresas de UNESA fueron con contrato indefinido mientras que para el mismo periodo el porcentaje de contratos indefinidos en España se situó en 9,3% (146.291 contratos) frente al 90,7% de contratos temporales (1.431.351).[17]

Las compañías de UNESA trabajan asimismo en asuntos relacionados con la **diversidad, la igualdad de oportunidades y el desarrollo profesional**. En esta línea, todas ellas disponen de políticas y acciones específicas.

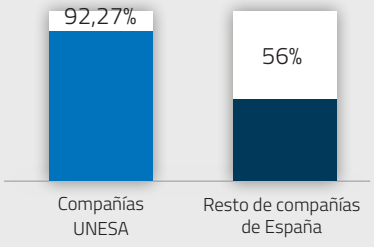
En el periódo 2003-2013 el porcentaje de mujeres en plantilla ha pasado del 11 al 19 %.

Esta cifra es muy superior a la de otros sectores similares como la construcción, que presenta un 8,45% de mujeres. Las empresas del sector aplican **políticas de conciliación** de la vida laboral y familiar, que se encuentran además recogidas en sus respectivos convenios colectivos y se desarrollan, en ocasiones, en coordinación con sus políticas de sostenibilidad.

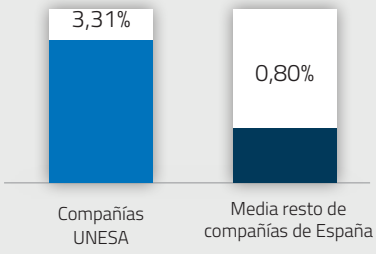
Las empresas asociadas a UNESA aplican una política específica destinada a favorecer la **igualdad de oportunidades** y la no discriminación.

El número de mujeres en plantilla ha pasado del 11% en 2003 al 19% en 2013

Porcentaje de la plantilla que recibió algún tipo de formación en 2013



Inversión en formación del total de gastos en personal



Fuente: Grupo IMF-Formación

Más del 70% de las nuevas contrataciones en 2013 fueron contratos indefinidos[18] (la media en España en 2013 se situó en un 9,3%).

17. Fuente: SEPE (Servicio Público de Empleo Estatal)
http://www.sepe.es/contenidos/que_es_el_sepe/estadisticas/datos_avance/pdf/contratos/evolcontratos.pdf

18. Fuente: UNESA

Las políticas de igualdad se recogen en los convenios colectivos de las compañías y tratan de introducir un concepto global de **igualdad en el ámbito de la actividad laboral**, dirigido a evitar la discriminación en todos los procesos relativos a la selección, retribución, promoción y formación. Las compañías desarrollan iniciativas de **prevención del acoso y de protección a las víctimas de violencia de género**.

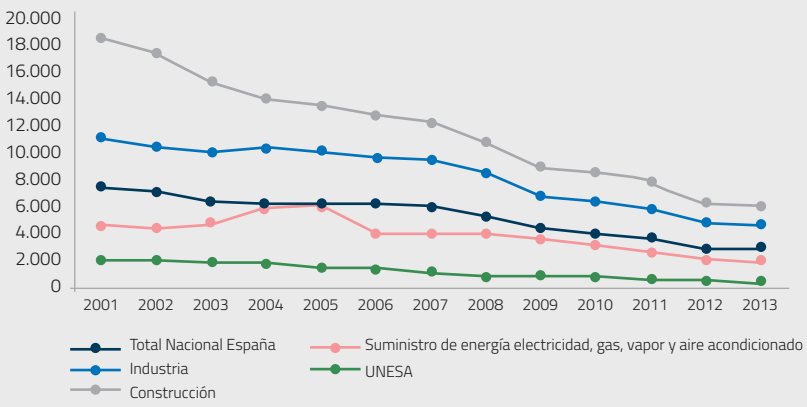
En el ámbito del desarrollo profesional, cada empleado de las compañías que integran UNESA recibió en 2013 una media de 42 horas de **formación**, lo que equivale a una semana laborable tipo[19].

Este esfuerzo de las compañías de UNESA por ofrecer condiciones óptimas de trabajo y de desarrollo profesional es valorado por sus profesionales con un alto nivel de satisfacción, que tras años de tendencia creciente se situó durante el 2013 en un **8,23 puntos sobre 10**[20].

En el ámbito de la prevención de riesgos laborales, es reseñable la tendencia que año tras año se observa en el **índice de incidencias**, esto es el número de accidentes con baja por cada 100 mil trabajadores. Ya son más de 10 años seguidos disminuyendo la cifra de accidentes reseñables, **situándose, además, por debajo de la media del país como uno de los sectores más seguros**.

El 92,3% de los empleados de UNESA han participado en acciones formativas en 2013, recibiendo de media 42 horas de formación

Índice de incidencias[21]



Fuente: UNESA

Todas las compañías de UNESA disponen de sistemas de gestión de prevención en todas sus instalaciones, como garantía de seguridad de sus trabajadores.

19. Fuente: UNESA
20. Fuente: UNESA
21. Índice de incidencias: representa el número de accidentes con baja acaecidos durante la jornada de trabajo por cada cien mil trabajadores expuestos al riesgo.

4.5. Conservación del medio ambiente

Dentro de las responsabilidades asumidas por las compañías de UNESA se encuentran los compromisos adquiridos en materia ambiental.

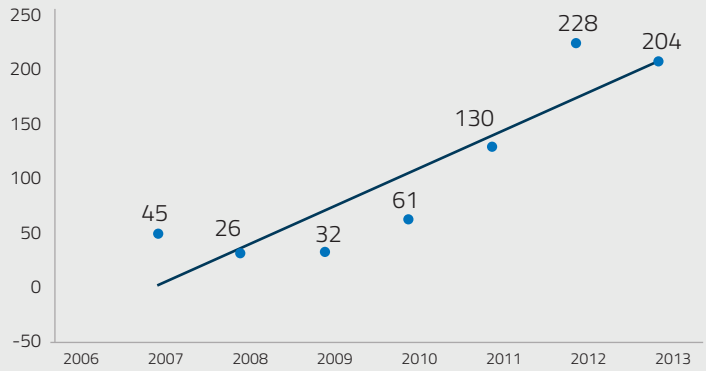
Las compañías del sector han hecho frente a sus responsabilidades ambientales desde la perspectiva de la necesidad de adaptar el modelo de negocio a las tendencias y demandas sociales en materia de protección ambiental. El objetivo de las compañías es gestionar los riesgos e impactos ambientales de la propia actividad. Por otro lado, también desarrollan políticas y acciones específicas de prevención y mejora de las condiciones de los entornos naturales dónde operan.

Las compañías coinciden en considerar la conservación del medio ambiente como una cuestión prioritaria en su actividad, integrando estas cuestiones en la estrategia, en el modelo de gestión y desarrollando programas específicos con objetivos de mejora.

Durante el 2013, la inversión en iniciativas ambientales ascendió a **204 millones de euros**, lo que supone alrededor del 2,2 % del beneficio neto de las compañías.

Entre los años 2007 y 2013, la inversión en iniciativas ambientales por parte de las compañías de UNESA ha aumentado en un 300%.

Inversión de las compañías de UNESA en iniciativas ambientales (millones de €)



Fuente: Memorias de Sostenibilidad de las compañías de UNESA

204 Mill. €

Inversión en iniciativas ambientales a nivel corporativo de las compañías de UNESA en 2013

+ de 94.000 horas

de formación a empleados en materia ambiental a nivel corporativo en el año 2013 por parte de las compañias de UNESA

84,3 Mill. tons. de CO_2

Millones de toneladas de CO_2 evitadas en 2013 por parte de las compañías de UNESA a nivel corporativo

Todas las compañías de UNESA se someten a evaluación externa medioambiental a nivel corporativo

Los empleados y proveedores de las compañías de UNESA han recibido, en 2013, más de 94.000 horas en acciones formativas de ámbito ambiental.[22]

El compromiso del sector no se limita al cumplimiento de las obligaciones legales sino que las compañías han contraído también compromisos voluntarios y los han recogido en sus estrategias y planes de acción. Las compañías del sector han definido políticas en materia ambiental, incluyendo asuntos como la gestión de residuos, el cambio climático o la conservación y mejora de la biodiversidad.

Otra de las líneas de trabajo de las compañías del sector es la de la medición o valoración de la huella ambiental de su actividad. Con un objetivo doble. En primer lugar, para poder conocer y cuantificar dicho impacto y, en segundo, para ayudar a las compañías a mejorar la gestión de su desempeño ambiental a través de la fijación de objetivos y el desarrollo de acciones específicas.

Las compañías de UNESA se someten voluntariamente al escrutinio de terceros en materia ambiental. Entre ellos se encuentra **Carbon Disclosure Project**, iniciativa donde las valoraciones obtenidas por las compañías siguen una tendencia positiva.

Destaca, entre los programas emprendidos por las compañías, la búsqueda del uso eficiente de los recursos a través de una mejora en la eficiencia de los procesos de generación y la eficiencia energética. Asimismo, la reducción de intensidad de emisiones por unidad de energía producida para contribuir en la lucha contra el cambio climático, la gestión eficiente del agua y la conservación de la biodiversidad son temas abordados por las compañías.

Una manifestación clara de este compromiso, es la reducción de las emisiones por parte del sector eléctrico en su conjunto.

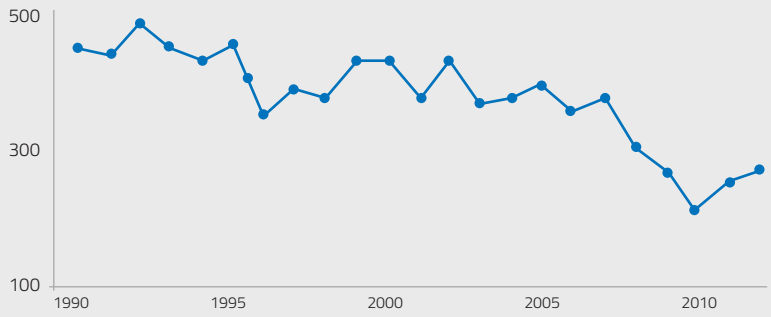
También es reseñable la reducción conseguida respecto a otras emisiones a la atmósfera en la producción de electricidad mediante combustibles fósiles, como son las emisiones de dióxido de azufre (SO_2), óxido de nitrógeno (NO_x) y material particulado.

Esta reducción de emisiones, se ha alcanzado gracias al esfuerzo de inversión de las compañías tanto en nuevas tecnologías, como los ciclos combinados o las energías renovables, como en la implantación de medidas de reducción de la contaminación cada vez más eficaces.

El 94,6% de las instalaciones de las compañías de UNESA han superado procesos de certificación medioambiental.[23]

El ratio de emisiones de CO_2 / kWh producido, se ha reducido un 39% en los últimos 22 años. El sector eléctrico es el que más positivamente ha evolucionado en España.[24]

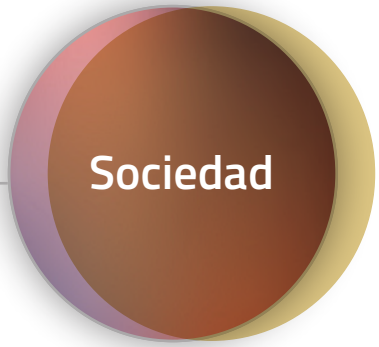
Evolución de las emisiones específicas de la producción de electricidad (gCO_2 eq/kWh)



Fuente: EEA.

22. Fuente: Memorias de Sostenibilidad 2013 de las compañías de UNESA.
23. Fuente: Memorias de Sostenibilidad 2013 de las compañías de UNESA.
24. Fuente: Boston Consulting Group

4.6. Contribución a la comunidad



Las compañías de UNESA generan riqueza y bienestar allí donde están presentes y desarrollan destacables iniciativas de compromiso social. Las iniciativas surgen del análisis de las necesidades de la población, fruto del diálogo con las comunidades. En los últimos años, las compañías de UNESA han destinado alrededor de 27 millones de euros de media por compañía a programas de acción social[25], lo que supone un total de aproximadamente 147 millones de euros.

Al igual que con los aspectos relacionados con el entorno natural, la contribución a la sociedad es una cuestión clave para las compañías de UNESA. Al igual que con las contribuciones ambientales, en los últimos años, y pese a la crisis económica, **las empresas de UNESA han aumentado su inversión en iniciativas sociales en un 10%**.

La mayoría de las acciones desarrolladas en España tienen relación con la educación, la cultura y el medio ambiente. Canalizan su contribución a través del voluntariado, de los patrocinios y de la inversión directa a través de sus fundaciones.

La acción social de las compañías junto con los impactos que generan en la sociedad a través del empleo y de la generación de riqueza, hacen que las empresas de UNESA contribuyan al desarrollo y bienestar de aquellos entornos en los que operan.

750 Mill. €

Inversión en acción social por parte de las compañías de UNESA a nivel corporativo desde 2007

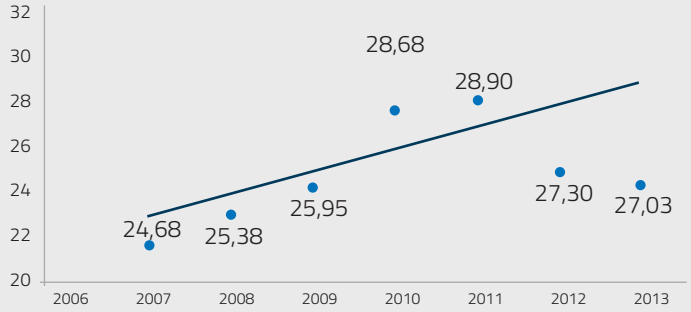
147 Mill. €

Inversión en acción social por parte de las compañías de UNESA a nivel corporativo en el año 2013

2.087 €
por empleado

Inversión por empleado de las compañías de UNESA en acción social en el año 2013 a nivel corporativo

Inversión MEDIA de las compañías de UNESA en acción social



Fuente: Memorias de Sostenibilidad de las compañías de UNESA

En 2013, la contribución social a la comunidad por parte de las compañías de uNESA fue el 1,56% de su beneficio neto

25. Fuente: Memorias de Sostenibilidad 2013 de las compañías de UNESA

Resumen de los principales impactos de las compañías que integran UNESA en 2013

Descripción del servicio eléctrico en España		
Accesibilidad. (% de hogares en España que disponen de red eléctrica)		**99,6%**
Nº de puntos de suministro		**28 Millones**
Grado de cobertura nacional. (Km de líneas de transporte y distribución)		**740.000 Km**
Calidad del servicio	TIEPI (Tiempo de Interrupción Equivalente de la potencia instalada en media tensión)	**1 hora**
	NIEPI: (Nº de interrupciones equivalente de la potencia instalada en media tensión)	**1,47**
Gasto medio anual en electricidad por hogar		**591 €**
Motor de creación de valor económico		
Aportación total de las empresas de UNESA sobre el PIB		**21.189 Millones de €**
Contribución directa de las empresas de UNESA sobre el PIB		*8.636 Millones de €*
Impacto indirecto de las empresas de UNESA sobre el PIB		*4.654 Millones de €*
Impacto inducido de las empresas de UNESA sobre el PIB		*7.899 Millones de €*
Contribución al PIB Español por parte de las empresas de UNESA		**2,1%**
Contribución directa al PIB por cada empleado de las compañías de UNESA		**339.000 €**
Generador de empleo y de calidad en el empleo		
Total de puestos de empleo generados en España por las compañías de UNESA de forma directa, indirecta e inducida.		**151.420**
Empleos directos generados en España por las compañías de UNESA		*25.487*
Empleos indirectos generados en España por las compañías de UNESA		*86.558*
Empleos inducidos generados en España por las compañías de UNESA		*39.375*
Porcentaje de empleos generados en España por las compañías de UNESA sobre el total de la población ocupada		**1%**
Porcentaje de contratos indefinidos en las compañías de UNESA en 2013		**99%**
Porcentaje de empleados de las compañías de UNESA que recibieron formación en el año 2013		**92,3%**
Porcentaje de contratación indefinida por parte de las compañías de UNESA en España en 2013		**71,1%**

(Continúa)

El sector eléctrico es un sector intensivo en inversiones	
Inversión en España por parte de las compañías de UNESA desde el año 2000 hasta el año 2013	**61.000 Millones de €**
Inversión en España por parte de las compañías de UNESA en el año 2013 a nivel corporativo	**2.278 Millones de €**
Inversión en I+D por parte de las compañías de UNESA en 2013 a nivel corporativo	**616 Millones de €**
Inversión en I+D por empleado de las compañías de UNESA en 2013	**8.873 €/empleado**
Ratio de inversión en I+D por empleado de las compañías de UNESA frente a la inversión en I+D en España por trabajador ocupado.	**7**
Conservación del Medio Ambiente	
Inversión en iniciativas medioambientales por parte de las compañías de UNESA en 2013	**204 Millones de €**
Horas de formación a empleados en materia medioambiental en el año 2013 por parte de las compañías de UNESA	**+94.000 horas**
Emisiones evitadas de CO_2 en el año 2013 por parte de las compañías de UNESA	**84,3 Millones de Toneladas de CO_2**
Aumento de las inversiones en iniciativas medioambientales por parte de las compañías de UNESA entre los años 2007 y 2013	**300%**
Contribución a la comunidad	
Inversión en acción social por parte de las compañías de UNESA desde el año 2007 a nivel corporativo	**750 Millones de €**
Inversión en acción social por parte de las compañías de UNESA a nivel corporativo en 2013	**147 Millones de €**
Inversión en acción social por empleado de las compañías de UNESA a nivel corporativo en 2013	**2.087 €/empleado**

5

Tendencias y retos del sector eléctrico español

El cliente como centro de la actividad

Eficiencia energética

Electrificación del transporte

Reconocimiento:
Liderazgo de las compañías de UNESA en el Dow Jones Sustainability Index

Sistema regulatorio:
previsión de estabilidad

Transparencia:
Verificación externa de los Informes de las compañías de UNESA

Área de mejora:
atención al cliente

5.1. Tendencias del sector eléctrico

El sector eléctrico español ofrece un servicio con altos estándares de calidad.

Como se ha señalado, la contribución que las compañías de UNESA despliegan al desarrollo y bienestar general es muy positiva y visible.

Para continuar esta tendencia positiva se hace imprescindible que las compañías atiendan a las tendencias a las que se enfrentarán en los próximos años. Algunas de estas corrientes o aspectos a tener en cuenta son los siguientes.

El cliente como centro de la actividad

La reconocida calidad del funcionamiento técnico del sector eléctrico español no es suficiente para mejorar la percepción pública de mismo. La gestión de la atención al cliente se posiciona como un factor clave al que las compañías del sector han de prestar la importancia que se merece.

Aunque las compañías han avanzado en este apartado, ofreciendo cada vez un mayor número de canales y con mejor accesibilidad para que el cliente se comunique con ellas, deben seguir progresando para aumentar la confianza de los clientes y de la sociedad. Atributo necesario para disfrutar de legitimidad social para operar.

En la atención al cliente no solo es relevante el momento de la venta, sino que es necesario generar una experiencia de cliente, ofreciendo información complementaria adicional de interés, así como otros productos y servicios que ayuden al cliente y generen una relación de confianza con el mismo.

Esta situación crea oportunidades de diálogo para las compañías del sector, con el objetivo de incorporar la opinión del usuario en el diseño y desarrollo de herramientas y nuevos canales de comunicación. El objetivo es maximizar la eficacia de las plataformas de atención comercial a través de un proceso de innovación y mejora constantes.

Las compañías eléctricas diseñan planes específicos de calidad en materia de atención comercial (telefónica, online y presencial, así como gestión de reclamaciones), con el objetivo de mejorar los indicadores de evaluación de satisfacción de clientes. Asimismo, las compañías desarrollan proyectos destinados a conocer las prioridades del cliente, a fin de mejorar los procesos de atención. El objetivo final es ofrecer un sistema de atención personalizado que incluya todos los servicios asociados al proceso de contratación, mejorando la experiencia del cliente.

Eficiencia energética

El concepto de eficiencia energética puede observarse desde varias perspectivas diferentes.

Desde el punto de vista de las compañías supone desplegar un plan que permita reducir los costes energéticos al máximo, a la vez que las emisiones de CO_2 al medio ambiente. Esto es así ya que para mejorar la eficiencia energética de una compañía es necesario aumentar y/o mejorar los bienes y servicios producidos o bien disminuir el coste eléctrico en el que se incurre. El coste eléctrico está compuesto por costes técnicos, económicos y ecológicos.

Una reducción de los costes técnicos supone un menor consumo de energía, una reducción del número de averías que mejora la continuidad del servicio, mayor rendimiento de las instalaciones etc. Los costes económicos se derivan de los costes técnicos así como de la no optimización de los parámetros de contratación de la factura eléctrica. Los costes ecológicos, ocasionados por la emisión de CO_2 deben minimizarse mediante acciones específicas que aprovechen mejor el uso de los recursos y fomenten hábitos de consumo responsable en los usuarios, entre otras cosas.

La eficiencia energética es uno de los factores que permite alcanzar el resto de objetivos energéticos, esto es: eficiencia económica, mejora de la calidad del suministro y minimización del impacto en el medio ambiente con la reducción de emisiones de CO_2.

Desde la perspectiva del consumidor, una de sus principales preocupaciones es el ahorro en el importe que pagan en la factura de la electricidad. Para que las compañías puedan dar respuesta a esta creciente preocupación resulta fundamental el desarrollo y uso de servicios y tecnologías que incrementen la eficiencia energética global.

Hasta el momento presente, los incrementos en el precio de la factura eléctrica – motivados por los crecientes costes y cargas

Contadores inteligentes

Los contadores inteligentes representan la parte fundamental de una red inteligente, y su objetivo es la integración de manera bidireccional de las acciones de todos los usuarios conectados a ella – generadores, consumidores, y comercializadores– para distribuir eficientemente electricidad sostenible, económica y segura, adaptando la producción a las necesidades de consumo. Las redes inteligentes cuentan con equipos y servicios innovadores, junto con nuevas tecnologías de comunicación y medición con la finalidad de:

- Gestionar de forma activa la demanda, permitiendo que los precios dinámicos de manera más eficiente sus consumos mejorando de esta forma la eficiencia energética.
- Dar respuesta a nuevos sistemas tarifarios basados en los precios dinámicos del cliente.
- Ofrecer una comunicación activa y bidireccional con los clientes. Las redes inteligentes dan al usuario la información y las herramientas necesarias para tomar decisiones sobre su uso de la energía.
- Integrar la generación distribuida de fuentes renovables y desplegar la movilidad eléctrica, contribuyendo de esta forma a la reducción de las emisiones de CO_2.
- Robustecer y automatizar la red, mejorando la operación, garantizando de esta forma el mejor servicio al cliente.
- Desarrollar un nuevo mercado de la electricidad, posibilitando nuevas funcionalidades y servicios a los comercializadores que se adapten mejor a las necesidades del cliente.

de política energética y de la fiscalidad- y los continuos cambios regulatorios han dificultado que el consumidor final pueda percibir los esfuerzos del sector por reducir los costes energéticos. Esfuerzos que se han focalizado en desarrollo tecnológico en el área de la eficiencia energética.

Las compañías de UNESA trabajan como empresas de servicios energéticos integrales, lo que les permite pasar de ser meros proveedores de energía a ser gestores energéticos de sus clientes, generando valor y mejorando su competitividad a través de la eficiencia energética. La variedad de servicios ofrecidos es muy amplia y las ofertas se adaptan a las necesidades tecnológicas y económicas de cada cliente.

Este área de actuación, las compañías en España han optado por la flexibilización y modernización de la red con auditorías energéticas, baterías de condensadores, sistemas de climatización e iluminación eficiente (LED), microcogeneración, motores eficientes y otras soluciones, con importantes ahorros para particulares y organismos públicos. Asimismo, la gestión activa de la demanda de particulares y empresas, la integración de las energías renovables en la red y el despliegue de las Tecnologías de Comunicación e Información (TIC) aplicadas a la red eléctrica, como por ejemplo las Smart Grids (Redes Eléctricas Inteligentes), han formado parte importante de las líneas de investigación llevadas a cabo por las compañías de UNESA. Todo ello con el fin de mejorar la calidad del suministro y la eficiencia económica del sistema.

En el ámbito de los servicios prestados a empresas, cabe también resaltar el apoyo de las compañías de UNESA a sus clientes en la mejora y en la gestión integral de sus instalaciones, percibiendo de esta forma importantes ahorros en su factura energética.

En este sentido destacan los servicios de asesoramiento energético, que permiten optimizar el equipamiento de los clientes y ajustarlo a sus necesidades de consumo.

Electrificación del transporte

El vehículo eléctrico y el ferrocarril están llamados a ser el futuro de la movilidad sostenible, debido a las numerosas ventajas que presentan en materia de eficiencia energética, reducción de dependencia de combustibles tradicionales (al poder ser alimentados con un mix eléctrico diversificado) y reducción de emisiones contaminantes de CO_2 y otras sustancias. Además, presenta importantes ventajas para la calidad de vida de los ciudadanos, mejorando la calidad de los centros urbanos y fomentando la explotación de fuentes de energía de origen renovable.

El crecimiento de la movilidad eléctrica hará que sea necesaria una infraestructura de abastecimiento energético (puntos de recarga) que puedan satisfacer en tiempo real las demandas energéticas de los vehículos.

Las compañías eléctricas, en colaboración con las distintas administraciones y los usuarios, están sin duda preparadas para dar respuesta a esta creciente tendencia, y más aún, en un escenario en el que los avances en eficiencia energética van a permitir optimizar cada vez más la oferta de la electricidad en escenarios de aumento de la demanda.

Existen una serie de factores limitantes que determinarán el éxito de la electrificación del transporte y a los que las partes involucradas en su desarrollo tendrán que prestar especial atención. Entre los más relevantes, en relación con la electricidad, se encuentra la importancia de la planificación y del desarrollo de las infraestructuras que requiere.

5.2. Asuntos relevantes del sector eléctrico

La opinión de los grupos de interés: Comité de Expertos

Para la identificación de los aspectos relevantes y los retos que están presentes en las agendas de las compañías del sector eléctrico español, se solicitó la colaboración de un Comité de Expertos para que, de manera independiente, actuara de altavoz de los grupos de interés y planteara cuestiones de actualidad a las que el sector debe dar respuesta.

¿Cómo funciona?

El Comité se reúne para analizar los asuntos que consideran materiales y envía una lista consensuada de preguntas cuyas respuestas, a su juicio, deberían estar incluidas en el texto del informe para que este realmente responda a asuntos clave para la audiencia el mismo.

Los miembros del Comité que han participado en la elaboración de las preguntas son los siguientes:

MIEMBRO	
Jesús Lizcano Álvarez *(Presidente del Comité)*	Profesor de la Universidad Autónoma de Madrid y Presidente de Transparencia Internacional de España
Oriol Amat Salas	Comisión Nacional del Mercado de Valores
María González de Asís	Programa anti-corrupción del Banco Mundial (WBI)
Victor Viñuales	Fundación Ecología y Desarrollo (ECODES)
Ana Etchenique Calvo	Confederación de Consumidores y Usuarios (CECU)
Javier Penacho	Ex Director General Asociación de Empresas con Gran Consumo de Energía

Los retos y cuestiones que se señalan a continuación, ofrecen una visión de los desafíos y retos del sector en opinión del grupo de personas reunido en el Comité mencionado. Estas preguntas no representan en ningún caso la posición de las organizaciones en las que desarrollan su labor.

1

¿En qué medida las empresas eléctricas se han adherido a alguna de las iniciativas internacionales que contemplan la responsabilidad social y la reputación, como por ejemplo: ISO 26.000, Pacto Mundial de las Naciones Unidas, REPTRAK, etc.? ¿Están incluidas en algún Índice de sostenibilidad como Dow Jones Sustainability, FTSE4Good, Global Challenges, etc.?

Las compañías de UNESA son conscientes de la importancia estratégica que la Responsabilidad Social Corporativa tiene a la hora de atender y dar respuesta a las necesidades que llegan por parte de sus grupos de interés. La trascendencia de dar las respuestas adecuadas reside en la legitimidad social que las compañías modernas requieren para asegurar la sostenibilidad de sus negocios.

Un claro ejemplo de ello es la adhesión de todas las compañías que integran UNESA a los principios del Pacto Mundial de Naciones Unidas. El Pacto Mundial es una iniciativa internacional que promueve la implementación de 10 principios universalmente aceptados en las áreas de Derechos humanos, Normativa Laboral, Medio Ambiente y Lucha contra la corrupción

A través de sólidos planes y políticas en materia de sostenibilidad las compañías de UNESA definen su visión a largo plazo y son capaces de gestionar, al mismo tiempo y con objetivos concretos, las fluctuaciones de los negocios en el corto plazo.

Las políticas de sostenibilidad de las compañías del sector no solo se basan en una serie de compromisos adquiridos en torno a sus grupos de interés (clientes, empleados, accionistas y comunidades), sino también en torno a unas premisas a favor la transparencia, el comportamiento ético, el medio ambiente, la innovación y la eficiencia energética.

A partir de un claro posicionamiento en esta visión a largo plazo, las compañías de UNESA trabajan por identificar aquellas cuestiones económicas, sociales y ambientales a las que se tendrán que adaptar para conseguir la capacidad de adaptación necesaria que asegure el éxito de sus actividades ante los cambios que plantee el futuro. Una vez identificadas estas cuestiones, el principal objetivo de estas compañías es crear valor y desarrollo económico, compatibilizando el suministro de un servicio accesible y de calidad con una estricta protección del entorno y una cuidada atención a las necesidades sociales de dichas comunidades.

Esta clara apuesta de las compañías de UNESA por la RSC se ve internacionalmente reconocida por los más importantes índices en la materia y los mercados e inversores. Las compañías de UNESA lideran u ocupan posiciones elevadas en rankings como el Dow Jones Sustainability Index, el Carbon Disclosure Project, el FTSE4Good, el TOP 100 Sustainable Companies, MERCO y Two Tomorrows entre otros.

Por otra parte, las compañías de UNESA conceden importancia a la reputación como elemento clave de su atractivo para los diferentes grupos de interés. A través de índices como Merco y RepTrak las compañías conocen la valoración que sus principales grupos de interés hacen de diversos ámbitos de su actividad empresarial, permitiendo así a las compañías conocer las principales preocupaciones y expectativas de estos colectivos.

Las compañías de UNESA trabajan por identificar aquellas cuestiones económicas, sociales y ambientales a las que se tendrán que adaptar para conseguir la capacidad de adaptación necesaria que asegure el éxito de sus actividades ante los cambios que plantee el futuro.

¿Qué es el Dow Jones Sustainability Index?

Dow Jones Sustainability Index (en adelante DJSI) es el índice con mayor prestigio y reconocimiento en el área de la sostenibilidad . El índice tiene como premisa fundamental evaluar, frente a las mejores prácticas del sector, el desempeño y madurez de las políticas y sistemas de las diferentes áreas de gestión, en la dimensión económica, social y ambiental de las compañías. En definitiva, este ejercicio permite a los inversores usuarios de esta información, identificar y valorar el rol que la sostenibilidad o responsabilidad corporativa contribuye en la creación de valor por parte de las compañías.

Tras la fusión, en 2013, de Standard & Poor´s y Dow Jones, el índice establece, en función de criterios de tamaño y capitalización, un universo de compañías susceptibles de entrar en el mismo: las 3.395 mayores compañías a nivel global y distribuidas por sectores. De ellas, solamente el 10% que obtenga mejor calificación de cada sector es seleccionada como miembro del índice. Existe un selectivo DJSI a nivel mundial, europeo, y otros para mercados emergentes. La evaluación, realizada por la firma de analistas RobecoSAM, mide el desempeño de las compañías así como la información reportada y calidad de la misma en tres dimensiones: económica, social y medioambiental.

En la dimensión económica, algunos de los aspectos sobre los que se focaliza el análisis están relacionados con el gobierno corporativo de las compañías, gestión de riesgos, políticas de transparencia, anticorrupción y cumplimiento.

La dimensión medioambiental, se centra en aspectos de eficiencia operacional, estrategias de cambio climático, biodiversidad y reporte en el ámbito ambiental.

El desarrollo del capital humano, seguridad y salud laboral y prácticas laborales son los asuntos más relevantes que evalúa la dimensión social.

El análisis se completa con el desarrollo de un estudio reputacional de las empresas. Destacar que anualmente, la revisión del cuestionario introduciendo criterios más exigentes, así como la evaluación de las compañías en comparación con los mejores del sector, hacen de este cuestionario un entorno competitivo que impulsa a las empresas a mejorar continuamente para su permanencia en el mismo. Las preguntas, que se ajustan a las peculiaridades de cada sector, reciben un peso diferente en su valoración sobre el total de la puntuación del cuestionario, 100 puntos.

Las compañías se acercan al índice por diferentes motivos. Obviamente, el hecho de pertenecer al DJSI, supone una importante vía de acceso a inversores a los que les preocupa cuestiones éticas y de responsabilidad corporativa a la hora de decidir dónde invertir su dinero. Pero, además es una credencial de buena gestión que un tercero independiente otorga a aquellas compañías que demuestran tener una visión a largo plazo y un modelo de negocio con futuro, que atiende a las expectativas y demandas de aquellos grupos de interés que son críticos en el desarrollo de su actividad: clientes, proveedores, comunidades locales y medio ambiente, entre otros.

En los resultados del 2014, 14 compañías españolas han entrado en el índice mundial (DJSI World): Abertis, Acciona, Amadeus, BBVA, Banco Santander, Caixa Bank, Enagás, Endesa, Ferrovial, Gas Natural Fenosa, Iberdrola, Inditex, Indra y Repsol. Las dificultades de acceder a este índice se reflejan en el hecho de que este año importantes compañías del IBEX 35 no han podido entrar en el selectivo.

Las compañías de origen español que forman parte de UNESA, Endesa e Iberdrola, son 2 de las únicas 8 empresas que han entrado en el selectivo a nivel mundial en el sector eléctrico. A ellas se les une EDP, como líder en el índice mundial y accediendo además al europeo.

Gas Natural Fenosa, que es incluido en el sector “Gas Utilities”, es también una de las 3 únicas compañías que han accedido como líder en el índice mundial. Entrando, además, en el selectivo europeo.

Por su parte, E.ON, es ubicado por los analistas en el sector “Multi and Water utilities” y también ha accedido al índice mundial y europeo mejorando sus valoraciones del ejercicio anterior.

El sector eléctrico español es el sector con mayor presencia en el Dow Jones Sustainability Index, lo que supone un reconocimiento de su compromiso por cuestiones de gobierno, medio ambientales y sociales.

2

Ni el Gobierno, ni la CNMC, ni tampoco las empresas eléctricas vienen contando con las organizaciones de consumidores ante los cambios legislativos en algo tan importante y esencial para los ciudadanos como son las condiciones y los precios de la electricidad, así como tampoco en conseguir y consensuar una factura clara y comprensible. Para el consumidor común es realmente difícil interpretar la factura y poder ajustar su consumo para lograr un ahorro efectivo, sobre todo cuando su equipo y red no se han actualizado (red y contadores inteligentes). Se desearía conocer la posición de las empresas eléctricas al respecto.

Una de las principales preocupaciones de las empresas es cómo mejorar la información que ponen a disposición del consumidor dentro de los limitados márgenes de actuación que deja el Ministerio de Industria, Energía y Turismo, el cual es responsable de regular el contenido de las facturas y de gran parte de las comunicaciones de las empresas con los consumidores. Es una realidad que los clientes requieren cada día de un mayor nivel de diálogo e información de cara a comprender los motivos de los cambios en el precio que pagan por la electricidad.

Para que el cliente pueda tener voz ante los cambios regulatorios o cualquier otro cambio que pueda afectarle, las asociaciones de consumidores están representadas en el Consejo Consultivo de Electricidad de la Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia, constituido por representantes de la Administración General del Estado, del Consejo de Seguridad Nuclear, de las Comunidades Autónomas, de las compañías del sector eléctrico y de Agentes Sociales y de defensa de la preservación del medio ambiente. El Consejo, es el cauce a través del cual se traslada a la Administración la opinión de los distintos agentes afectados sobre las distintas propuestas regulatorias. En este punto, las asociaciones de consumidores y las empresas eléctricas siguen los mismos cauces.

Quizás uno de los factores que ha contribuido recientemente a aumentar los niveles de confusión de numerosos consumidores finales a la hora de entender la fijación del precio que pagan por la electricidad ha sido la entrada en vigor del llamado PVPC (Precio Voluntario al Pequeño Consumidor), anteriormente denominado Tarifa de Último Recurso (TUR), que abarca a 16 millones de consumidores.

En este sentido, las empresas del sector eléctrico, cumpliendo diligentemente con lo que dispone la Administración, han hecho y continúan haciendo importantes esfuerzos para ir explicando al consumidor los distintos cambios regulatorios y ofreciendo soportes de atención telefónica e información en sus páginas web.

Las empresas del sector eléctrico han trasladado al Ministerio de Industria, Energía y Turismo y a los organismos competentes de la Administración en numerosas ocasiones su preocupación por la confusión que puede producir en los consumidores de electricidad los distintos cambios regulatorios.

Detalle de la nueva factura

El fruto de todo este esfuerzo conjunto lo encontramos en la Resolución del 23 de Mayo de 2014, de la Dirección General de Política Energética y Minas, por la que se establece el contenido mínimo de la factura de electricidad (BOE de 30 de Mayo). A través de este modelo, se pretende que las facturas faciliten información sobre sus consumos y los costes asociados de forma clara. Para así facilitar la comparabilidad entre distintas ofertas y posibilitar el conocimiento sobre el coste de su suministro, precios, tarifas y condiciones generales del acceso y uso de los servicios de electricidad. El destino del importe de la factura y el origen e impacto ambiental de la electricidad consumida se incorporan también como nuevos contenidos de la factura.

No conviene olvidar que dependiendo de las características de cada consumidor, las compañías comercializadoras de referencia deberán remitir 5 facturas diferentes:

- Consumidores acogidos a precio voluntario para el pequeño consumidor con bono social.
- Consumidores acogidos a precio voluntario para el pequeño consumidor sin bono social.
- Consumidores sin derecho a precio voluntario.
- Consumidores con derecho a precio voluntario para el pequeño consumidor acogidos a la oferta a precio fijo anual.
- Consumidores en baja tensión de hasta 15kW de potencia contratada que suministren en condiciones de libre mercado.

Dichas facturas, de manera general, deben constar de las siguientes áreas:

1

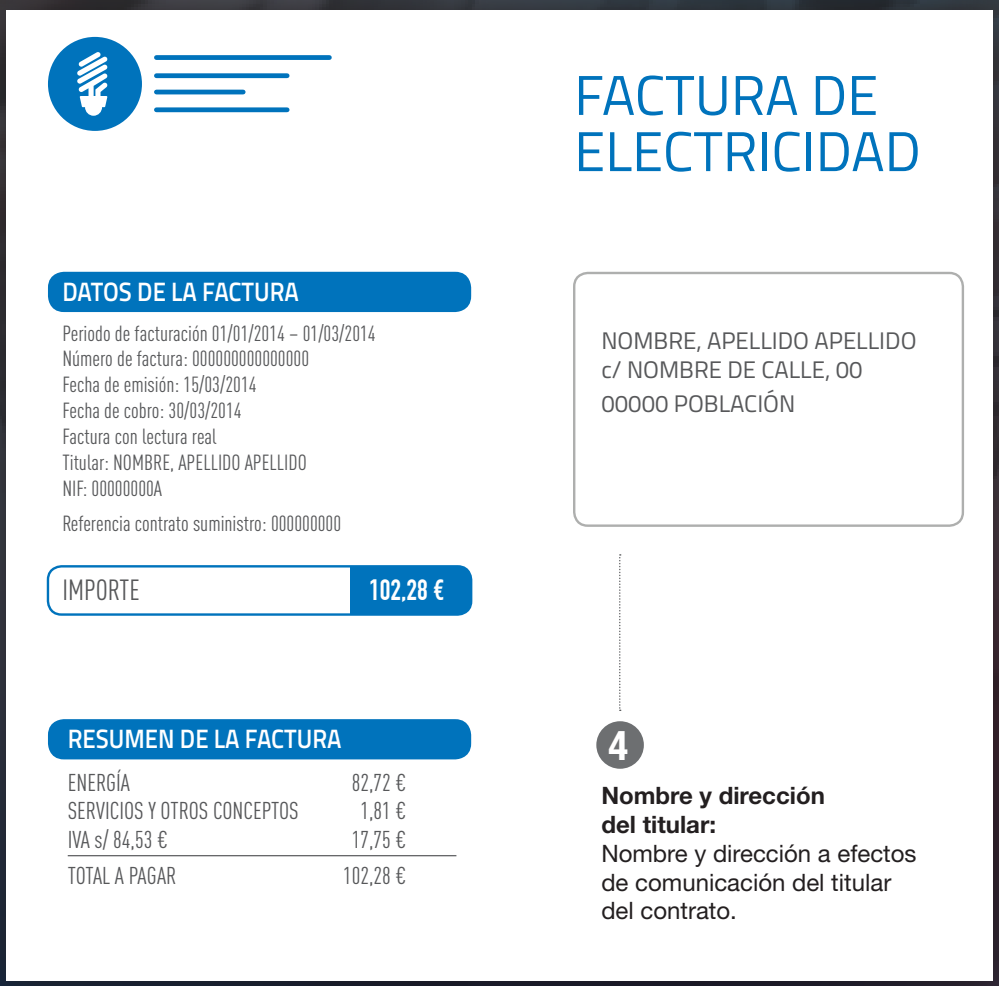
Logotipo:
Logotipo, denominación, CIF y domicilio social de la empresa comercializadora de referencia.

2

Datos de factura de electricidad:
importe total de la factura expresado en euros, número de factura, periodo de consumo y fecha de cargo en caso de estar domiciliada la factura o fecha límite de pago en caso de no estarlo.

3

Resumen de la factura:
se deberá incluir, dependiendo de cada modalidad de suministro, los conceptos correspondientes.



4

Nombre y dirección del titular:
Nombre y dirección a efectos de comunicación del titular del contrato.

5 **Información del consumo eléctrico:**
El consumo que aparecerá en esta área será el calculado por diferencia entre los consumos correspondientes a las dos últimas lecturas disponibles realizadas por el encargado de la lectura (compañías distribuidoras). Deberá indicarse si la lectura es real o estimada.

INFORMACIÓN CONSUMO ELÉCTRICO

CONSUMOS
Su consumo de energía de este último periodo ha sido de 369 KWh. Se calcula restando la lectura actual menos la lectura anterior registradas en su contador.

El detalle de sus últimas lectura es:

Lectura actual: real	002149 kWh	realizada el 01/03/2014
Lectura anterior: estimada	001780 kWh	realizada 01/01/2014

CONSUMO FACTURADO REAL 369 kWh de 01/01/2014 – 01/03/2014

6

Datos del contrato:
entre otros, se incluyen datos del titular del contrato de suministro, tipo de contrato, tipo de contador, tarifas de acceso, potencia contratada, referencia del contrato de suministro y acceso, fecha final del contrato CUPS (Código Universal de Punto de Suministro), teléfonos de atención al cliente y datos relativos a la forma de pago.

DATOS DEL CONTRATO

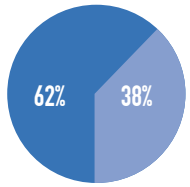
Nº contador: **000000000**
Referencia contrato suministro: **00000000**
Número de contrato de acceso: **00000000**
Identificación punto de suministro (CUPS): **ES 0000 0000 0000 0000 NW**
Forma de pago: **DOMICILIACIÓN BANCARIA**
Entidad: **Nombre Entidad**
IBAN: **ES00 0000 0000 0000 0000 ****
Código mandato: **00000000000**

**** Ocultos para su seguridad
Potencia contratada: **4,6 KW**
Peaje de acceso a la red (ATR): **2.0A**
Precios de peajes de acceso: **B.O.E. del 00/00/0000**
Duración del contrato hasta: **00/00/0000 (Renovación automática)**
Dirección fiscal: **c/ Nombre Calle, 00**
0000 Población

7

Destino del importe de la factura:
costes regulados, costes de producción de electricidad y margen de comercialización, e impuestos aplicados.

DESTINO



- Impuestos, recargos y otros conceptos
- Costes suministro eléctrico

El 62% de su factura está destinado a impuestos y otros recargos

DETALLE DE LA FACTURA

ENERGÍA		
Potencia facturada de 01/01/14 – 01/03/14	4,6 KW x 68 días x 0,09767 €/KW	30,55 €
Consumo facturado de 01/01/14 – 01/03/14	369 kWhx0,130485 €/kWh	48,15
Total		78,70 €
Impuesto sobre electricidad	5,1127% s/78,70 €	4,02 €
TOTAL ENERGÍA		**82,72 €**
SERVICIOS Y OTROS CONCEPTOS		
Alquiler equipos de medida 01/01/2014 – 01/03/2014	68 días x 0,02663	1,81 €
TOTAL SERVICIOS Y OTROS CONCEPTOS		**1,81 €**
TOTAL ENERGÍA, SERVICIOS Y OTROS CONCEPTOS		84,53 €
IVA	21% S/84,53 €	17,75 €
TOTAL IMPORTE FACTURA		**102,28 €**

8

Detalle de la factura:
cálculos a partir de los cuales se obtienen las cuantías de los importes totales reflejados en la factura resumen.

INFORMACIÓN AL CONSUMIDOR

IMPACTO AMBIENTAL

9

Información para el consumidor: incluye el tipo de contrato y otras opciones de contratación que tiene el consumidor a su disposición, información sobre el bono social para consumidores vulnerables y otra información de interés.

10

Información sobre el origen e impacto ambiental de la electricidad consumida: debe ajustarse a lo publicado en la Circular 1/2008, de 7 de febrero, de la Comisión Nacional de Energía.

3

Los consumidores y la sociedad en general desean un marco regulatorio eléctrico estable, viable, y basado en lo posible en un acuerdo empresarial y político a largo plazo. Por otra parte, existe la posibilidad de que las empresas de UNESA estableciesen un marco de colaboración con multinacionales consumidoras, en base a información detallada y fiable de la situación y operatoria en otros países, de cara a proponer al Gobierno unos objetivos sólidos a largo plazo. Se desea conocer en qué medida las empresas de UNESA comparten este razonamiento y objetivos en un marco de transparencia.

Las empresas que integran UNESA abogan por la estabilidad en el marco regulatorio, un marco transparente, estable y que cuente con todos los actores del sector (Administración Pública, empresas, clientes y otros organismos). Además, las compañías de UNESA, siempre dentro del respeto a las normas reguladoras del derecho a la competencia, apuestan por la revisión de aquellos aspectos que consideren mejorables para lo cual trabajan y buscan trabajar con otras empresas multinacionales consumidoras mediante la presentación de propuestas que agrupen buenas prácticas detectadas en otros países susceptibles de ser implementadas en España, y que, por supuesto, encajen con lo dispuesto en el espíritu de la normativa comunitaria.

Desde los años 80, el sector eléctrico en España ha sufrido frecuentes, profundos y numerosos cambios regulatorios. Los cambios introducidos a raíz de la moratoria nuclear y el Plan Energético de 1983, el llamado Marco Legal Estable (en vigor entre 1988 y 1997), la Ley de Ordenación del Sistema Eléctrico Nacional (1994), la Ley del Sector Eléctrico, (1997) y, posteriormente, distintas disposiciones, cuyo objetivo era solventar el déficit de tarifa[26] (entre 2006 y 2012), pusieron de relevancia la existencia de la importante necesidad del establecimiento de un mayor orden en la regulación del sector.

Más recientemente, a comienzos del año 2013, el Gobierno anunció una reforma eléctrica cuyo fin era controlar el problema existente de déficit tarifario.

Para los próximos años se espera que la regulación del mercado eléctrico español goce de mayor estabilidad, lo que favorecería las inversiones de las empresas al disponer de una planificación más precisa y mejoraría la percepción del sector por parte del consumidor.

La nueva ley del Sector Eléctrico, aprobada finalmente en diciembre de 2013, expone que su finalidad básica es “establecer la regulación del sector eléctrico garantizando el suministro eléctrico con los niveles necesarios de calidad y al mínimo coste posible, asegurar la sostenibilidad económica y financiera del sistema y permitir un nivel de competencia efectiva en el sector eléctrico, todo ello dentro de los principios de protección medioambiental de una sociedad moderna”.

El alcance de la nueva Ley abarca importantes cuestiones que contribuyen, de forma directa e indirecta, a atajar el problema del déficit tarifario centrados en asegurar un equilibrio entre los costes y los ingresos generados por el funcionamiento del sistema. También trata otras cuestiones nuevas como son el autoconsumo, la hibernación o la planificación de las redes.

Para los próximos años se espera que la regulación del mercado eléctrico español goce de mayor estabilidad, lo que favorecería las inversiones de las empresas al disponer de una planificación más precisa y mejoraría la percepción del sector por parte del consumidor. De este aspecto subyacen otros como es el equilibrio de los costes, lo que incrementaría la competitividad del sector en comparación con otros países en Europa.

26. El déficit tarifario es el resultado de la diferencia entre las tarifas de acceso aprobadas por el Gobierno que pagan los consumidores y los costes regulados que han de ser cubiertos con cargo a las mismas (correspondientes a los agentes por la prestación de aquellas actividades remuneradas regulatoriamente y no en el mercado).

4

¿Hacen públicas las empresas de forma fácilmente accesible, verificable, y someten a auditoría externa e independiente, la información sobre su Responsabilidad social? ¿Qué criterios orientan a las empresas la elaboración, publicación y control de su información sobre la misma? ¿Utilizan alguna guía orientativa para la elaboración y difusión de esta información, como por ejemplo Global Reporting Initiative, Informe Integrado, etc? ¿Publican esta información, o al menos facilitan su acceso, en cada uno países en que desarrollan su actividad? Explíquense las razones para utilizar/no utilizar este tipo de orientaciones, así como las vías utilizadas para la difusión de esta información.

Una de las principales inquitudes de la sociedad actual es la falta de transparencia de las grandes compañías, especialmente de aquellas que pertenecen a sectores estratégicos como el energético, las telecomunicaciones, la banca, etc.

Las compañías del sector eléctrico se enfrentan además al reto de mejorar la percepción que de ellas tiene la opinión pública. Cabe destacar los importantes esfuerzos que estas compañías están realizando con el objetivo de lograr una mayor comunicación y transparencia con sus diferentes grupos de interés. Muestra de ello son los esfuerzos para comunicar y transmitir información extra-financiera.

A través de la elaboración de informes anuales, de actividad, de gobierno corporativo, informes de sostenibilidad y otro tipo de publicaciones, las compañías de UNESA materializan su compromiso con la rendición de cuentas a las diferentes partes implicadas en la actividad de negocio de dichas corporaciones.

Para la elaboración de informes las compañías del sector se basan en los principales marcos de reporting a nivel internacional, asegurando además la fiabilidad de la información mediante estrictos estándares de verificación externa. El marco GRI de *Global Reporting Initiative* es el elegido por las cinco compañías de UNESA para la elaboración de sus memorias anuales de sostenibilidad. Mediante este estándar de referencia, las compañías se aseguran de proporcionar, anualmente, las explicaciones necesarias acerca de los principales hitos acontecidos en lo económico, lo social, lo ambiental y en relación con el gobierno de la sociedad.

Por otra parte y con el objetivo de dar respuesta a las inquietudes de un colectivo como son los inversores institucionales, algunas de las compañías del sector están ya apostando por el reporte de información a través del marco del Informe Integrado propuesto por el *International Integrated Reporting Council*.

Más allá de la cantidad de información reportada, el sector muestra también especial interés por la calidad y veracidad de la información reportada. Con este objetivo, terceros independientes aprueban la información publicada por las compañías de UNESA con reconocidas normas de verificación a nivel nacional e internacional. Destacan:

- La Norma ISAE 3000, *Assurance Engagements other than Audits or Reviews of Historical Financial Information*, emitida por el International Auditing and Assurance Standard Board (IAASB) de la International Federation of Accountants (IFAC)
- La Guía de Actuación sobre trabajos de revisión de Informes de Responsabilidad Corporativa emitida por el Instituto de Censores Jurados de Cuentas de España (ICJCE).
- El Código Ético del International Ethics Standards Board for Accountants en torno a la integridad, objetividad, confidencialidad y conductas y calificaciones profesionales.
- La Norma de Aseguramiento de Sostenibilidad AA1000 AS 2008 de AccountAbility (Tipo 2) que abarca no sólo la naturaleza y el alcance del cumplimiento, por parte de la organización, de la norma AA1000 APS, sino que además evalúa la fiabilidad de la información referente al desempeño tal y como se indica en el alcance.

Ante la demanda de mayor información, más clara y transparente por parte de la sociedad, las compañías de UNESA elaboran distintos informes y se han adherido a distintas iniciativas para demostrar su compromiso en este aspecto.

5

¿Con qué garantías de calidad, confiabilidad y credibilidad cuentan las iniciativas, políticas, procesos de control e información en materia de responsabilidad ambiental y social de las empresas. Dicha información: ¿Es una declaración de reglas e intenciones (por ejemplo, un Código de conducta) u ofrece información cuantificada acerca de sus objetivos y el grado de cumplimiento de los mismos? ¿Qué tipo de instrumentos utilizan las empresas para facilitar esta información; web, folletos informativos, comunicación con clientes, etc.? ¿Por otra parte, por qué no se internalizan explícitamente los costes ambientales?

La opinión pública demanda, cada vez más, información confiable sobre cómo las compañías gestionan los aspectos y los impactos extra-financieros de sus negocios. En esta línea, cabe destacar cómo la preocupación por la gestión de los temas relacionados con el medio ambiente y con los impactos sociales han alcanzado un grado de madurez importante en la sociedad española. En el caso, por ejemplo, del medio ambiente, según el Eurobarómetro, el 90% de los españoles ve necesaria más financiación para proteger el medio ambiente, lo que sitúa a España como el sexto país de la UE en este tipo de preocupación ciudadana.

Mediante el establecimiento de políticas (medioambiente, derechos humanos, gestión de grupos de interés, sostenibilidad, etc.), las compañías de UNESA formalizan su compromiso con la atención a los aspectos de su actividad que tengan un impacto social o ambiental.

El desarrollo de Códigos de Conducta, incorpora estos compromisos y otros de las compañías en el sistema de cumplimiento (compliance) para garantizar que se gestionan de forma apropiada determinados riesgos y se elabora una respuesta frente a posibles contingencias. Estos mecanismos, situan el nivel de responsabilidad de los mismos en el órgano de gobierno de las compañías.

Es cada vez más frecuente encontrar cuestiones extra-financieras, relacionadas con la responsabilidad ambiental y social en el equipo de compliance de las empresas eléctricas. Máxime cuando la regulación en estos ámbitos ha dado un paso al frente (reforma del Código Penal español en 2010, que determina la responsabilidad penal de las personas jurídicas por ilícitos penales tipificados en un catálogo que incluye delitos medioambientales o relacionados con la corrupción).

Adicionalmente, para comprender y gestionar de manera más exhaustiva los retos y oportunidades en materia social y ambiental a los que se enfrentan, las compañías del sector elaboran planes directores de sostenibilidad. Estos planes permiten definir las prioridades estratégicas en el medio y largo plazo en relación con la responsabilidad corporativa, estableciendo también las principales líneas de actuación, objetivos y responsabilidades, conectadas con el cuadro de mando para su apropiada gestión.

Adicionalmente, como herramienta de identificación de asuntos relevantes relacionados con la sostenibilidad, y en línea con las más actuales tendencias de *reporting*, las compañías de UNESA llevan a cabo los denominados análisis de materialidad, nombre que reciben los análisis que persiguen el doble propósito de:

- Identificar aquellos aspectos de sostenibilidad y responsabilidad corporativa que son relevantes para el negocio de las compañías.

- Priorizar dichos asuntos para poner el foco en aquellos que reflejen mayores impactos sociales, económicos y ambientales, en relación a sus grupos de interés.

Para comprender expresamente su desempeño en este tipo de cuestiones y demostrar la calidad y confiabilidad de la información al respecto, las compañías de UNESA se han sometido de manera voluntaria al escrutinio analistas e inversores

a través de su participación en reputados índices como los previamente mencionados *Dow Jones Sustainability Index, FTSE4 Good y el Carbon Disclosure Project*.

De cara a facilitar la información relativa a su desempeño extra financiero, las compañías del sector han establecido diferentes canales de comunicación con sus grupos de interés. Por ejemplo, las memorias de sostenibilidad, las webs corporativas o los folletos informativos se dirigen a inversores, clientes, empleados, medios de comunicación, o sociedad en general; y otras vías de comunicación como las juntas generales de accionistas en las que cada vez es más frecuente tratar temas relacionados con la información social y ambiental de las compañías, en respuesta a las expectativas de sus accionistas.

A través de la consulta de los objetivos cuantitativos incluidos en los canales previamente presentados, el público general puede hacer un seguimiento histórico del grado de cumplimiento de dichos objetivos por parte de las compañías de UNESA.

La internalización de los costes ambientales, en numerosas ocasiones se da a través de instrumentos legislativos que obligan a las compañías a hacerlo (por ejemplo, la internalización de la gestión de los residuos o vertidos).

En cuanto a los costes sociales, las compañías eléctricas están concienciadas con la importancia en la relación con las comunidades que legitiman las actividades y proporcionan lo que se conoce como la "licencia social" para operar.

6

Se entiende necesaria una mayor información y más transparente sobre las consultas y reclamaciones que el usuario/cliente hace a la empresa (se trata del mayor grupo de interés de estas empresas). A tal efecto ¿cómo debe interpretar el usuario/cliente (stakeholder) la falta de información sobre consultas y reclamaciones en las memorias de RSC de las empresas eléctricas?

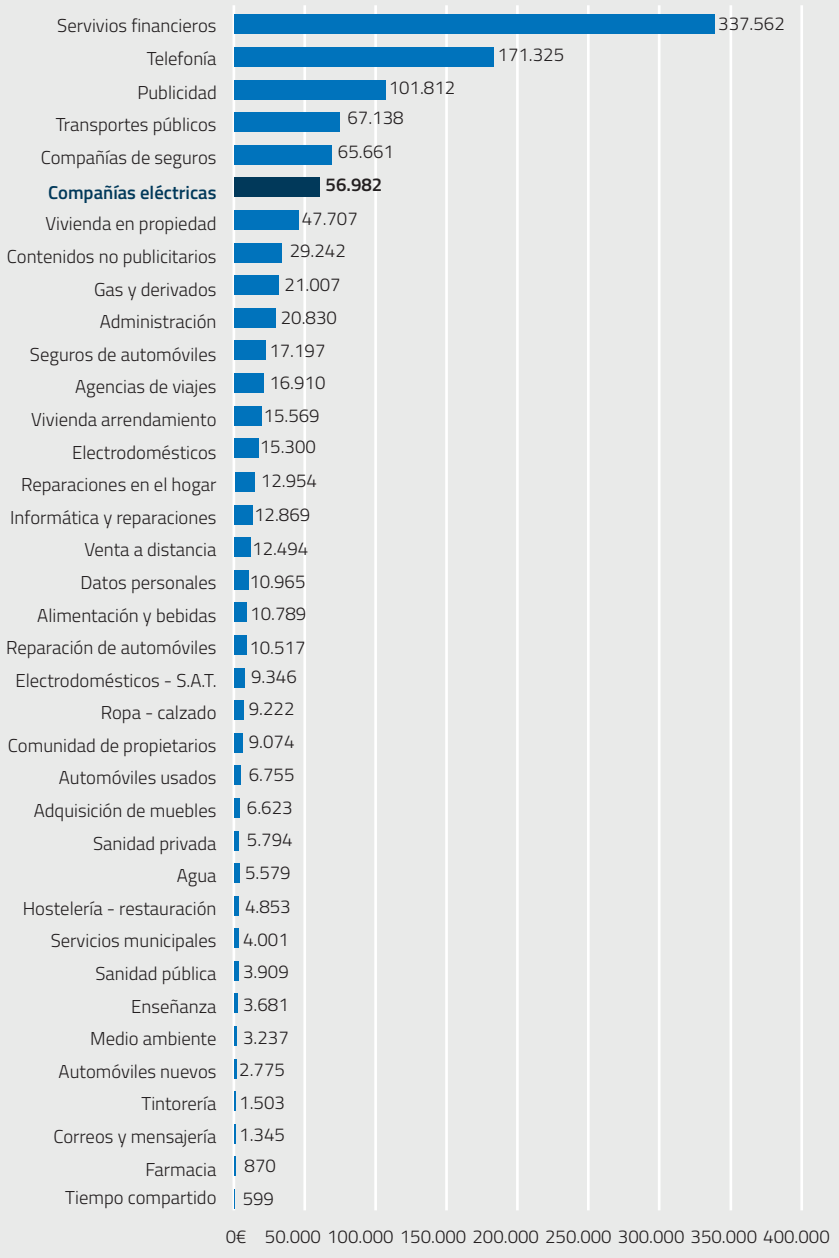
Los canales de atención al cliente con que cuentan las compañías eléctricas buscan un trato personalizado y eficaz, que logre una rápida resolución de sus necesidades. El abanico de medios de atención al cliente incluye:

- Atención telefónica.
- Atención presencial segmentada en función del tipo de cliente, a través de una red de oficinas comerciales. La compañía alcanza un conocimiento profundo de las necesidades del cliente y puede ofrecer soluciones competitivas de manera personalizada. La segmentación permite a las compañías ofrecer una asistencia exclusiva a determinados clientes de mayor valor y favorecer su fidelización y retención. Junto con la relación directa con los gestores comerciales, las compañías eléctricas envían a sus clientes periódicamente boletines informativos sobre temas de gestión energética, eficiencia, sostenibilidad, energías renovables o nuevas tecnologías.
- Atención online, que facilita la realización de las operaciones más habituales de los clientes las 24 horas del día, los 365 días del año. Los clientes demandan cada vez más información y más agilidad en los procesos, razón por la que las webs se actualizan continuamente, ofertando un amplio abanico de gestiones online.

Sin embargo, los servicios de atención al cliente del sector son percibidos como mejorables y las críticas se centran en la falta de respuesta a las necesidades reales de los consumidores.

La reconocida calidad del funcionamiento técnico del sector eléctrico español no es suficiente para mejorar la percepción pública del mismo. La gestión de la atención al cliente se posiciona como un factor clave al que las compañías del sector han de prestar la atención que merece. En 2013, las principales organizaciones de defensa de los consumidores han recibido un total de 56.982 reclamaciones en relación al sector eléctrico. De manera directa, el sector recibe 1 millón de reclamaciones y 32

Distribución de las consultas y reclamaciones recibidas por organizaciones de consumidores según sector económico en el año 2013



Fuente: Balance De Consultas Y Reclamaciones Presentadas En Las Organizaciones De Consumidores De Ámbito Nacional: Año 2013. Ministerio de Sanidad, Servicios Sociales e Igualdad

Las compañías eléctricas están trabajando intensivamente en este ámbito para ofrecer mayor cantidad de información de forma más transparente y directa a los clientes y consumidores.

En 2013, el número de reclamaciones recibidas por otros sectores estratégicos de la economía española - servicios financieros, telefonía, publicidad, compañías de seguros, etc. - han sido significativamente superiores a las recibidas por parte del sector eléctrico.

millones de consultas al año. Queda de esta forma patente la necesidad que existe por parte de las compañías del sector de mejorar sus servicios de atención al cliente.

Las compañías eléctricas diseñan planes específicos de calidad en materia de atención comercial (telefónica, online y presencial, así como gestión de reclamaciones), con el objetivo de mejorar los indicadores de evaluación de satisfacción de clientes. Asimismo, desarrollan proyectos destinados a conocer las prioridades del cliente, a fin de mejorar los procesos de atención. El objetivo final es ofrecer un sistema de atención personalizado que incluya todos los servicios asociados al proceso de contratación, mejorando la experiencia del cliente.

En el logro de este objetivo, resulta clave para las compañías eléctricas disponer de una exhaustiva base de datos automatizada de sus clientes, que les permiten adaptarse mejor a las demandas de los mismos y a las tendencias del mercado. Las compañías diseñan bases de datos que facilitan la desagregación de los clientes en función de distintas variables clave o una combinación de las mismas.

En la actualidad las compañías eléctricas comienzan a abrir sus propios perfiles en redes sociales, con el objetivo de potenciar la atención y las vías de comunicación con el cliente actual y potencial y ampliar los módulos de información accesible a través de aplicaciones para móviles.

La eficiencia de las acciones en las que se produce un contacto con el cliente genera beneficios mutuos. Para la compañía, se reducen los costes comerciales de la captación y de los diferentes procesos, y para el cliente, se agiliza el trato y en especial, se reducen los tiempos de resolución de dudas o reclamaciones.

Las compañías cuentan con equipos específicos encargados de la gestión de las reclamaciones interpuestas por los clientes, la definición de las medidas para solventarlas y la identificación de posibles mejoras en el proceso. El objetivo es resolver las reclamaciones en el plazo más corto posible y causándole al cliente la menor perturbación. En este sentido, las compañías eléctricas comienzan a implantar nuevos medios de comunicación en la gestión de reclamaciones a través de comunicaciones por correo electrónico y SMS. Adicionalmente, es importante destacar que todas las reclamaciones se informan a través de la CNMC.

En términos generales, los principales aspectos que motivan una reclamación son aquellos relacionados con la facturación, el cobro, la calidad del suministro, el ciclo de lectura y la atención al cliente, entre otros.

En la atención al cliente no solo es relevante el momento de la venta, sino que es necesario generar una experiencia de cliente, ofreciendo información complementaria adicional de interés, así como otros productos y servicios que ayuden al cliente y generen una relación de confianza con el mismo.

Esta situación crea oportunidades de diálogo para las compañías del sector, con el objetivo de incorporar la opinión del usuario en el diseño y desarrollo de herramientas y nuevos canales de comunicación. El objetivo es maximizar la eficacia de las plataformas de atención comercial a través de un proceso de innovación y mejora constantes.

7

¿Qué iniciativas desarrollan las empresas para mejorar la información dirigida al pequeño consumidor y relativa a la facturación, las posibles ofertas, descuentos, y condiciones especiales? En dichas iniciativas, ¿cuentan con una especial consideración hacia los clientes con discapacidades, barreras idiomáticas, culturales, de edad o de género, o en riesgo de exclusión social, y les informan adecuadamente sobre estas opciones? ¿Qué formación reciben los empleados de la entidad en relación con los temas anteriores?

Las compañías de UNESA muestran un compromiso con la atención al cliente a través de procesos de atención adaptados a la reducción de las barreras lingüísticas, culturales, de alfabetización o de discapacidad. Como reflejo de este posicionamiento estas compañías aplican los estándares más exigentes a nivel internacional en cuanto a la accesibilidad y visualización de sus páginas webs, facilitando su uso a todo tipo de colectivos, incluyendo aquellos que sufren algún tipo de discapacidad.

En línea con las tendencias existentes, la introducción de nuevas tecnologías favorece el diálogo constante y permite profundizar en las necesidades de información de los clientes, optimizar los servicios de atención e incrementar los niveles de eficiencia operativa. Las compañías eléctricas siguen avanzando en el desarrollo de aplicaciones y servicios que supongan una mejora en la calidad y confianza de las relaciones entre ellas y sus distintos grupos de interés. Además de las ya comentadas en el apartado anterior, entre las iniciativas ya desarrolladas e implementadas están las aplicaciones móviles para la consulta de facturas y el desarrollo de las redes sociales para el fomento de una comunicación bidireccional con los grupos de interés.

Los clientes requieren cada día un mayor nivel de diálogo e información con las compañías de cara a comprender los motivos de los cambios en el precio que pagan por la electricidad. Por este motivo los esfuerzos de cara al cliente han de estar encaminados hacia un aumento de la información que se transmite, haciendo hincapié en la calidad y veracidad de la misma. Esto contribuye a que el cliente pueda entender tanto variaciones en el precio como el precio en sí mismo. Las principales soluciones pasan por incoporar, cada vez de manera más exhaustiva, la opinión del cliente en el desarrollo de las diferentes herramientas y canales, entendiendo sus necesidades y peticiones en cuanto a formato y contenido de la información.

Las compañías de UNESA han lanzado campañas a favor de la eficiencia energética y el ahorro en la factura, de modo que el consumidor final pague menos a través de una serie de consejos y recomendaciones destinados a reducir su consumo. Estas campañas están disponibles en apartados específicos de sus páginas web comerciales de un modo sencillo y adaptado para todos los públicos.

Las páginas web comerciales, debido a la incesante penetración de internet en España (actualmente superior al 82%) son el principal soporte de información de las compañías (junto con la factura). Todas las compañías de UNESA conceden una importancia muy elevada a disponer de información adecuada en sus web comerciales ofreciendo información en aspectos como la explicación de la factura, ofertas para los clientes, localización de sus oficinas, teléfono de contacto, por citar algunos ejemplos.

Para ofrecer una mejor información al consumidor las compañías de UNESA lanzan distintas campañas e implementan numerosas medidas con el foco puesto en las necesidades del cliente final

Todas estas medidas llevadas a cabo por las compañías de UNESA, junto con las campañás de eficiencia energética, ahorro y el desarrollo del contenido en sus páginas webs demuestra el compromiso que adquieren a la hora de ofrecer una información veraz, transparante, útil y adaptada a las necesidades de sus clientes.

En las compañías de UNESA la comunicación con el empleado que presenta contacto directo con el consumidor final, es considerada como un aspecto clave en la gestión responsable de las relaciones entre el cliente y la compañía. Todas las campañas e iniciativas comentadas anteriormente constituyen la principal fuente de información tanto para la comunicación directa con el cliente como para el aprendizaje del empleado a la hora de informar de forma útil al consumidor final.

Anexo

Metodología input-output

Metodología input-output

Análisis input-output

A continuación se pretende ofrecer una explicación somera de la construcción de modelo y la información de base utilizada, además de exponer diversas explicaciones de lo que supone la utilización de este tipo de análisis.

El marco Input – Output es un instrumento estadístico contable en el cual se representa la totalidad de las operaciones de producción y distribución que tienen lugar en una economía en un periodo de tiempo determinado. Permite observar los flujos de las diferentes transacciones intersectoriales en una economía dada para un año de referencia.

La finalidad del marco Input – Output es realizar una descripción sistemática y detallada de la economía, sus componentes y sus relaciones con otras economías. Con él se puede analizar de manera global, pero a la vez pormenorizada, una economía.

El modelo construido en el que se basa esta herramienta, y que se estandariza en la metodología general en el sistema cerrado de Leontief se define por la ecuación fundamental que en forma matricial:

$$X=AX+DF$$

Donde:

X es la matriz de las producciones de las diferentes ramas de actividad homogéneas.

A es la matriz de coeficientes sobre producción (cada consumo intermedio dividido por la producción de dicha rama).

DF es el vector de demanda final del sistema.

El modelo se define por la ecuación basada en la matriz inversa de Leontief:

$$X=(I-A)^{-1}\,DF$$

Este modelo permite observar una serie de efectos sobre la producción del sistema, ligados a la demanda final, exógena, del mismo. Estos efectos aparecen desglosados entre los efectos directos o iniciales, indirectos y totales, que suponen la suma de los dos anteriores. La matriz inversa de Leontieff recoge el efecto de sucesivas rondas de transacciones económicas que se producen entre los diferentes sectores una vez incrementada la demanda en uno o varios de ellos.

A partir del instrumental desarrollado, y en base a las características del modelo, pueden establecerse una serie de predicciones y proporcionalidades que permiten valorar los impactos o efectos sectoriales que las actividades de UNESA tienen sobre el conjunto de la economía española. Estos efectos pueden dividirse en:

- Efecto directo, provocado por el incremento de la demanda, que provoca un incremento directo de la producción con el objetivo de cubrir el citado aumento.
- Efecto indirecto, que son los efectos producidos en los sectores que proveen de bienes intermedios a los sectores que reciben el incremento de la demanda.
- Efecto inducido, que son los efectos que en el resto de sectores, que ante el aumento de la demanda incrementarán sus pedidos a sus proveedores.

Aplicación de la metodología input -output a las actividades de UNESA en España

Para el cálculo de los impactos directo e indirecto de las actividades de UNESA sobre la economía española se ha partido de las matrices del marco Input – Output elaboradas por el Instituto Nacional de Estadística, que ofrece públicamente estas tablas, elaboradas en base a metodologías establecidas por la Comisión Europea.

La tabla empleada para los cálculos objeto de este trabajo ha sido la tabla simétrica de producción interior a precios básicos, ya que el objetivo de los cálculos realizados es hallar el impacto directo que sobre la economía española tiene la actividad de UNESA. Esta tabla establece las relaciones intersectoriales que tienen lugar en la economía de España para un año de referencia. Los sectores incluidos en esta tabla se corresponden, a grandes rasgos, con los sectores que establece la Clasificación Nacional de Actividades Económicas (CNAE). La tabla también ofrece información de cuál es la producción de cada uno de estos sectores.

También se han obtenido, procedentes del Instituto Nacional de Estadística, datos correspondientes al empleo por sectores en España de acuerdo a los sectores establecidos en el CNAE. Con ello puede saberse, de manera detallada, y con la última información disponible qué número de empleos genera cada uno de los sectores de la economía española.

Con ambos datos por sectores, producción y empleo, pueden establecerse reglas de proporcionalidad para conocer cuál es el empleo directo, indirecto e inducido generado en función de una producción dada.

La metodología Input – Output también permite conocer cuál es la aportación de UNESA a la economía española en términos de Valor Añadido Bruto y en términos de aportación al PIB.

Los “inputs” empleados en el modelo se corresponden con aquellos aspectos que implican un gasto directo por parte de UNESA, es decir, el gasto salarial de pagar a sus empleados y el gasto que realizan en proveedores.

El gasto salarial que realiza UNESA genera empleo directo, pero también genera empleo indirecto por el gasto que los empleados que perciben un salario hacen del mismo. Para cuantificar este gasto, y en qué sectores se realiza, se han empleado datos del Instituto Nacional de Estadística (INE)[27], que entre sus análisis muestra cuál es la estructura de gasto tipo que realiza un consumidor español. Descontando los pagos a la seguridad social[28], pagos por el Impuesto sobre la Renta de las Personas Físicas y el ahorro[29], distribuyendo estos gastos entre los diferentes sectores de la tabla simétrica de producción interior a precios básicos, y aplicando la metodología previamente explicada pueden calcularse los efectos directo, indirecto e inducido que el gasto salarial de los empleados de UNESA genera en la economía española.

En relación con el gasto que UNESA realiza entre sus proveedores y contratistas, conocida la tipología de los mismos, puede distribuirse entre los diferentes sectores especificados en la tabla simétrica y, procediendo de manera similar a como se hace con el gasto de los empleados, calcular el impacto indirecto en términos de empleo.

27. Fuente: Encuesta de presupuestos familiares, 2012.

28. Fuente: http://www.seg-social.es/Internet_1/Trabajadores/CotizacionRecaudaci10777/Basesytiposdecotiza36537/index.htm

29. El ahorro medio en 2012 de un asalariado español fue del 8,2%. Fuente: INE.

©2013 UNESA

Asociación Española de la Industria Eléctrica
Paseo de la Castellana 141, pl.12
28046 Madrid
Tel: 915 674 800
Fax: 915 674 987
e-mail: info@unesa.es

www.unesa.es

Asociación Española de la Industria Eléctrica