

TRABAJO FIN DE GRADO

**Greenwashing: “La máscara verde de la sostenibilidad”
Enfoque en los estados financieros de Endesa e Iberdrola.**

**Greenwashing: "The green mask of sustainability".
Focus on the financial statements of Endesa and Iberdrola.**

*Facultad de Economía Empresa y Turismo
Grado en Contabilidad y Finanzas*

**Curso 2023/2024
Convocatoria Julio 2024**

**Autores:
Konstantin Martirosian
Carolina Santana Pérez
Jessica Dianela Seara Sera**

**Tutor:
Alfonso J. González Rodríguez**

Resumen

Este estudio analiza el impacto del Greenwashing en la percepción y comportamiento de los consumidores hacia las principales empresas eléctricas españolas, Endesa e Iberdrola. A medida que la conciencia ambiental crece, las empresas buscan posicionarse como sostenibles. Sin embargo, prácticas como el Greenwashing, donde se exagera o falsifica las credenciales ecológicas, pueden deteriorar la confianza del consumidor.

Los resultados indican que aunque las iniciativas verdes de Endesa e Iberdrola han mejorado su imagen pública en el corto plazo, la detección de Greenwashing ha provocado una reacción negativa entre los consumidores más informados y conscientes del medio ambiente.

El estudio concluye que para mantener la confianza del consumidor y garantizar la sostenibilidad a largo plazo, las empresas deben adoptar prácticas genuinas y transparentes en lugar de recurrir al Greenwashing.

Palabras clave: greenwashing, energía, Endesa, Iberdrola, sostenibilidad.

Abstract.

This study analyzes the impact of Greenwashing on the perception and behavior of consumers towards the main Spanish electricity companies, Endesa and Iberdrola. As environmental awareness grows, companies seek to position themselves as sustainable. However, practices such as Greenwashing, where green credentials are exaggerated or falsified, can undermine consumer confidence.

The results indicate that although the green initiatives of Endesa and Iberdrola have improved their public image in the short term, the detection of Greenwashing has caused a negative reaction among the most informed and environmentally conscious consumers.

The study concludes that to maintain consumer trust and ensure long-term sustainability, companies must adopt genuine and transparent practices instead of resorting to Greenwashing.

Key words: greenwashing, energy, Endesa, Iberdrola, sustainability.

Índice

1. Introducción	3
2. Objetivos del trabajo.	4
3. Marco teórico	5
3.1 ¿Qué es el Greenwashing?	5
3.2 El consumidor.....	7
3.3 Evolución.....	12
3.3 Legislación	13
3.4 Greenwashing desde la perspectiva del marketing VS la perspectiva económica..	14
3.5 Agenda 2030, influencia del uso del Greenwashing.....	15
3.6 Greenwashing en el sector energético.....	16
4. Metodología y análisis.....	17
4.1 Caso Endesa.....	17
4.2 Caso Iberdrola.....	19
4.3 Análisis de ratios.	21
4.4 Análisis de distribución de energía e inversiones renovables.	27
5. Resultados: análisis del caso.....	29
6. Conclusiones.	30
7. Bibliografía.....	31
8. Anexos.....	33

1. Introducción

Siendo innegable la importancia creciente de la sostenibilidad en el contexto global, el cambio hacia una era “green and tech” sugiere que la combinación de tecnología y sostenibilidad será fundamental para abordar los desafíos ambientales, sociales y económicos del futuro.

En el panorama actual, la preocupación por el medio ambiente y la sostenibilidad ha alcanzado niveles sin precedentes. En este contexto, las empresas juegan un papel crucial en la mitigación de los impactos ambientales y en la promoción de prácticas empresariales responsables. Sin embargo, algunas organizaciones recurren a estrategias engañosas para proyectar una imagen de compromiso ambiental sin respaldar sus acciones con acciones concretas. Este fenómeno, conocido como “Greenwashing”, se ha convertido en un tema de gran interés en el ámbito económico y empresarial.

Este trabajo de fin de grado se adentrará en las entrañas de las empresas españolas Iberdrola y Endesa, empresas líderes en el sector eléctrico. Se utilizarán ambas compañías como dos casos de estudio para investigar y analizar el fenómeno del “Greenwashing”. Se propondrá desentrañar las estrategias y mensajes utilizados por ambas compañías para promover su compromiso con la sostenibilidad, con el fin de descubrir la veracidad y el alcance real de sus acciones ambientales.

Mediante un enfoque multidisciplinario que abarca aspectos económicos, empresariales, sociales y ambientales, se examinarán las consecuencias económico-sociales para estas empresas, comparando los períodos de antes y después de asumir esta política “verde”.

Sin olvidar que la convergencia de tecnología y sostenibilidad está dando forma a nuevas ideas de hacer negocios, gobernar y vivir. Las empresas estarían adoptando prácticas más sostenibles en sus operaciones y productos, también los gobiernos se encuentran implementando políticas para fomentar la transición hacia una economía más verde.

La pregunta y la base de este trabajo es si tanto, Endesa como Iberdrola, están de alguna manera aprovechando este concepto del Green and Tech, nacido hace 66 años, en su beneficio.

¿Son realmente transparentes en sus políticas o simplemente se han subido al carro de una tendencia en la que supuestamente salen todos beneficiados? o por el contrario solo se beneficia la empresa dejando, tanto al resto de la sociedad como al propio sistema, de alguna manera “desamparado”, ya que las nuevas políticas no incluían el engaño como tal.

2. Objetivos del trabajo.

El objetivo general de este trabajo se centra en analizar la presencia y el impacto del Greenwashing en las estrategias de sostenibilidad de las empresas eléctricas españolas Endesa e Iberdrola. Se pretende definir y contextualizar el concepto del Greenwashing investigando el origen y la evolución de este término y explotar las diferentes formas y estrategias utilizadas en el ámbito empresarial. Por otra parte, también se pondrá en evidencia la importancia de la sostenibilidad en el sector eléctrico analizando las principales políticas y regulaciones en España que afectan a la sostenibilidad en este sector, además evaluar la relevancia de esta para las empresas eléctricas y su impacto en la reputación y competitividad empresarial. Se busca exponer mediante un análisis crítico la evidencia de que algunas empresas y el Greenwashing son grandes aliados, y cómo poder identificar cual es la verdadera cara detrás de esa máscara verde.

Estos objetivos marcados se materializan investigando informes de prensa, de información no financiera, ejecutivos, cuentas anuales, artículos periodísticos y estudios de caso relacionados con el Greenwashing y las empresas eléctricas. Además, se han recopilado datos de consumidores mediante una encuesta que complementa el análisis del perfil del consumidor, siempre en relación al sector energético.

3. Marco teórico

3.1 ¿Qué es el Greenwashing?

“Es el acto o práctica de hacer que un producto, política, actividad, etc. parezca más amigable con el medio ambiente o menos dañino para el medio ambiente de lo que realmente es” (Merriam-Webster)

El *Greenwashing*, en otros términos “*Eco-Postureo*”, es una práctica marketing conocida y aplicada a nivel mundial por algunas compañías, cuyo objetivo es ofrecer una falsa “*imagen verde*” ante el consumidor y el mercado. En concreto este fenómeno se materializa cuando las empresas buscan intencionadamente aparentar ser más “eco-friendly” de lo que realmente son, mediante el marketing y la publicidad de sus productos o servicios sin que se hubiera producido ningún (o el más mínimo) cambio en ellos. Esto conlleva que el consumidor elija engañosamente productos o servicios que no mejoran el medio ambiente ni ayudan a minimizar el impacto ambiental. TerraChoice (2010).

La creciente preocupación del consumidor involucrado y responsabilizado con el medio ambiente hace que las tácticas empresariales sean cada vez más descaradas y desesperadas, esta mala praxis supone un obstáculo en el compromiso de las empresas realmente lo están, aquellas que, de forma genuina, ofrecen productos y servicios sostenibles.

Origen

El término fue acuñado en los ochenta por Jay Westerveld, un universitario que mientras visitaba las instalaciones del complejo hotelero Beach Resort (ubicado en Fiji), se percató de que el hotel pedía a sus clientes que recogieran las toallas para su posterior reutilización, aludiendo a la crucial importancia de ayudar al medioambiente y cuidar el arrecife de coral. Todo ello parecía un poco contradictorio para Westerveld, quien conocía la intención de expansión del complejo mediante la construcción de más bungalows, la clara confrontación entre ambas ideas hizo que dudara del verdadero compromiso con el medio ambiente y el arrecife de coral. Esta experiencia fue lo que le inspiró a que años más tarde publicará un ensayo sobre el tema. Watson, B. (2017).

Siete Pecados del Greenwashing.

Dada la magnitud de este dilema, organizaciones y autores han desarrollado multitud de teorías al respecto, un ejemplo de ello son los siete pecados del Greenwashing (TerraChoice, 2010), se trata de 7 magnitudes que explican cómo las empresas gestionan e implementan esta controvertida estrategia.

1 Sin of the hidden trade-off o el Pecado de la compensación oculta: este nace de la intención del mensaje que hay detrás de “Este producto es ecológico”, teniendo en cuenta solamente características básicas que no brindan información suficiente para que el consumidor final pueda identificar si es producto realmente cumple con lo que anuncia, dejando de lado cuestiones más importantes como el proceso de obtención y/o fabricación de dicho producto. Un ejemplo que expone el estudio de TerraChoice es el del papel, aunque el este provenga de un bosque que se explota de manera sostenible, no hay que obviar que hay otras cuestiones más importantes como el proceso de fabricación, emisiones, energía, contaminación del agua y aire, que resultan igual o más relevantes.

2 Sin of no proof o Pecado de falta de pruebas: se comete cuando una empresa promulga su compromiso ambiental mediante información no susceptible de comprobación o sin

autenticación por parte de terceros autorizados. Siguiendo con el ejemplo del papel, se expone el caso papel tisú que *“declaran diversos porcentajes de contenido reciclado postconsumo sin aportar ninguna prueba”*.

3 Sin of vagueness o Pecado de la ambigüedad: nace cuando una compañía lanza cualquier mensaje que conlleve a una mala interpretación del mismo por parte del consumidor, mediante alegaciones escasas y vagas relacionadas con la sostenibilidad. Es aquí donde surge una de las principales problemáticas, el engaño intencionado al consumidor que busca tomar decisiones más acertadas en pro del medio ambiente.

4 Sin of irrelevance o Pecado de la irrelevancia: este suele ser el más frecuente y se trata de afirmaciones sin relevancia que pretende adornar un mensaje simplista que no aportan información importante al consumidor, el ejemplo que proporciona el estudio son aquellos productos con etiqueta: *“Libre de CFC”, esta etiqueta peca de irrelevante ya que las CFC (Clorofluorocarbono) están reguladas y prohibidas por ley.*

5 Sin of lesser of two evils o Pecado de “doble maldad”: conlleva un doble engaño, por un lado la afirmación de que el producto o servicio es sostenible, dentro de su categoría, y por otro hace que el consumidor se distraiga de la verdadera naturaleza del producto. *“Los cigarrillos ecológicos podrían ser un ejemplo de esta categoría, al igual que los vehículos utilitarios deportivos de bajo consumo de combustible.”*

6 Sin of fibbing o Pecado de mentir: suele ser el menos frecuente, ya que conlleva directamente a sanciones mediante afirmaciones completamente falsas. *“Los ejemplos más comunes son los productos que afirman falsamente estar certificados o registrados con Energy Star.”*

7 Sin of worshipping false labels o Pecado de adornar etiquetas falsas: *el pecado de adornar etiquetas falsas lo comete un producto que, mediante palabras o imágenes, da la impresión de contar con el respaldo de terceros cuando en realidad no existe tal respaldo; en otras palabras, etiquetas falsas.*

El fenómeno del Greenwashing es una manifestación preocupante de cómo las empresas pueden utilizar tácticas engañosas para capitalizar el creciente interés del público en la sostenibilidad ambiental. Es importante que el consumidor no se conforme con afirmaciones vagas y que desarrolle un sentido crítico que le ayude a detectar estos pecados. Los gobiernos y las organizaciones reguladoras como la Unión Europea tienen un papel crucial en establecer estándares claros y aplicar medidas para prevenir y sancionar el Greenwashing. De esto se hablará en el apartado de **Legislación** de este trabajo. La transparencia y la integridad en la comunicación son esenciales para construir y mantener la confianza del público en las prácticas empresariales sostenibles.

¿Cómo puede detectar el consumidor el Greenwashing mediante los 7 pecados?

Después de conocer y comprender los siete pecados del Greenwashing, el consumidor puede detectar estas tácticas engañosas a través de estos. A continuación, se contemplan 7 principios que, al aplicarlos y mantenerse críticos ante las afirmaciones de sostenibilidad de las empresas, el consumidor puede protegerse mejor contra el Greenwashing y tomar decisiones de compra más informadas y responsables.

Figura 1. Detectar el Greenwashing mediante los 7 pecados.

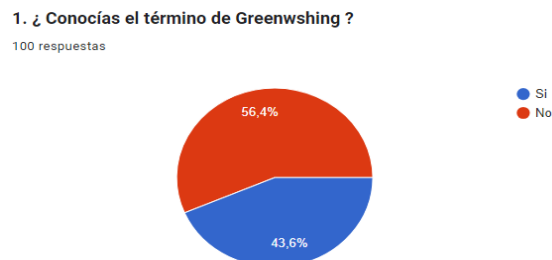


Fuente: elaboración propia a través TerraChoice (2010).

3.2 El consumidor.

A lo largo del desarrollo de este trabajo se ha realizado una encuesta a través de Google Forms, con la finalidad de conocer el perfil del consumidor y su relación con el Greenwashing, se ha analizado una población de 100 personas. A continuación, se exponen los resultados.

Figura 2. Conocimiento del Greenwashing.

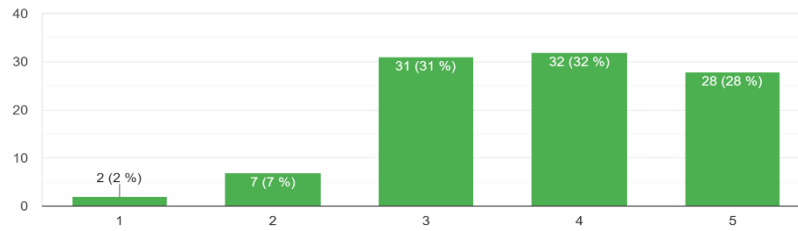


Fuente: elaboración propia a través de Google Forms.

El 56% de los encuestados no conocían el término. Esto demuestra que el Greenwashing sigue siendo un gran aliado para las empresas ya que la mayoría de los consumidores no conocen su significado ni finalidad.

Figura 3. ¿Practican las empresas energéticas el Greenwashing?

2. ¿Crees que las empresas energéticas practican el greenwashing?
100 respuestas

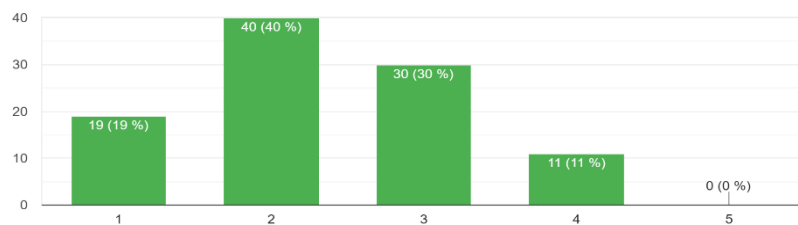


Fuente: elaboración propia a través de Google Forms.

Este tipo de pregunta se ha adaptado en una escala del 1 al 5 siendo 1 totalmente en desacuerdo y 5 totalmente de acuerdo. Se puede observar que más de un 50% de las personas encuestadas está de acuerdo con que las empresas energéticas practican el Greenwashing y un 31% se muestran neutrales. Una cantidad ínfima está totalmente en desacuerdo con esta creencia.

Figura 4. Afirmaciones ecológicas de las empresas energéticas.

3. ¿Confías en las afirmaciones ecológicas de las empresas energéticas?
100 respuestas

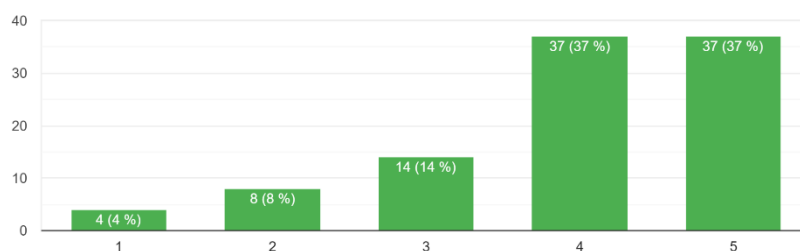


Fuente: elaboración propia a través de Google Forms.

En este punto la relación entre las preguntas es más que evidente, se puede ver la tendencia a la neutralidad, pero también que más del 50 % de las personas no confían en las afirmaciones ecológicas de las empresas energéticas.

Figura 5. Compromiso de las empresas energéticas con el medioambiente.

4. ¿Consideras que las empresas energéticas exageran su compromiso con el medio ambiente?
100 respuestas

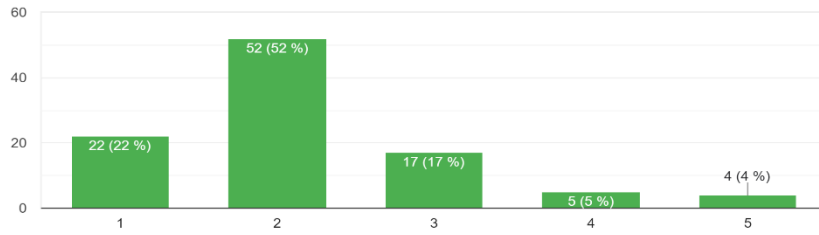


Fuente: elaboración propia a través de Google Forms.

Esta pregunta da pie a una de las cuestiones más importantes y relaciona directamente el Greenwashing y el consumidor, es aquí cuando el mismo, se percata de que el mensaje es exagerado y en ocasiones utópico, 74 de 100 personas reconocen la hipérbole detrás del “compromiso medioambiental” de las empresas energéticas.

Figura 6. Información de las prácticas verdes de las empresas energéticas.

5. ¿Te sientes informado sobre las verdaderas prácticas ambientales de las empresas energéticas?
100 respuestas

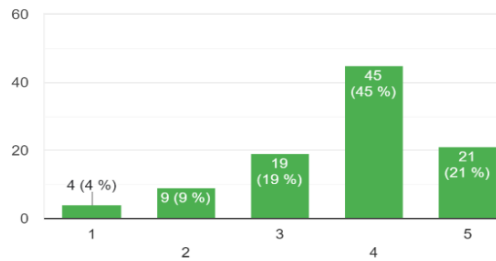


Fuente: elaboración propia a través de Google Forms.

Se señala en esta ocasión la falta de información relevante que llega al consumidor sobre las verdaderas prácticas ambientales de las empresas energéticas. solo el 9% se siente informado.

Figura 7. Compromiso del consumidor con el medioambiente

6. ¿Te sientes más inclinado/a a apoyar a una empresa energética que muestra un compromiso claro con la reducción de su impacto ambiental, incluso si sus servicios son ligeramente más caros?
100 respuestas

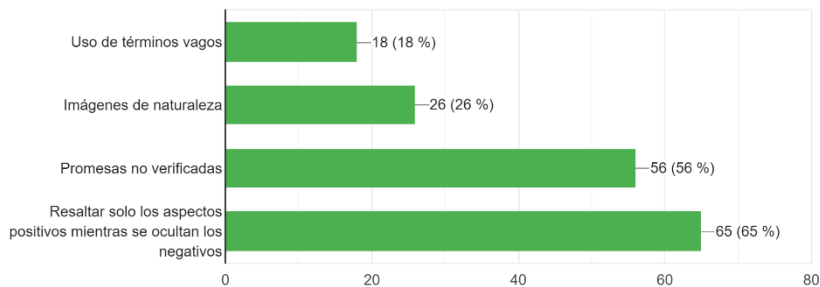


Fuente: elaboración propia a través de Google Forms.

La mayoría de los encuestados, el 66% concretamente, se siente moderadamente o muy inclinado a apoyar a una empresa energética con un fuerte compromiso ambiental. La mayoría valora positivamente el compromiso ambiental de las empresas energéticas, incluso con un costo ligeramente mayor. Esto indica una tendencia favorable hacia el consumo responsable y la valoración de prácticas sostenibles.

Figura 8. Elementos más engañosos de la publicidad verde.

7. ¿Qué elementos te parecen más engañosos en la publicidad verde de las empresas energéticas?
100 respuestas

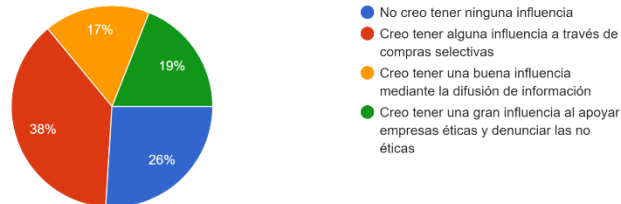


Fuente: elaboración propia a través de Google Forms.

En este gráfico se confirma la estrategia que sigue la publicidad en términos propios de los 7 pecados del Greenwashing, resulta interesante que una vez más sale a relucir los aspectos relativos al enmascaramiento de la información.

Figura 9. Papel del consumidor en el Greenwashing.

8. ¿Qué papel crees que juegas como consumidor en la lucha contra el Greenwashing?
100 respuestas

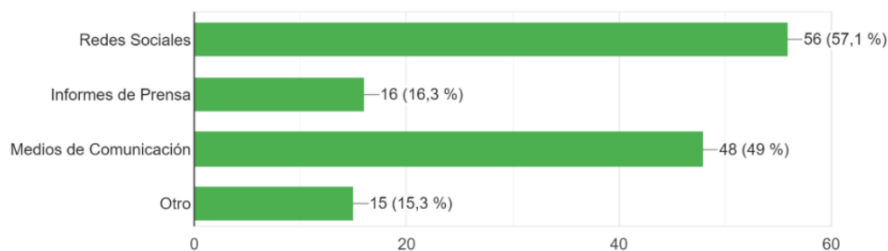


Fuente: elaboración propia a través de Google Forms.

Este gráfico proporciona una visión clara sobre cómo los consumidores perciben su rol en la lucha contra el Greenwashing, destacando diferentes niveles de participación y percepción de influencia. Cabe destacar que el 26% no cree tener ninguna influencia en contraposición del 74% que cree tenerla en mayor o menor medida.

Figura 10. Fuentes de información sobre las prácticas ambientales de las empresas energéticas.

9. ¿Cuál es tu principal fuente de información sobre las prácticas ambientales de las empresas energéticas?
98 respuestas



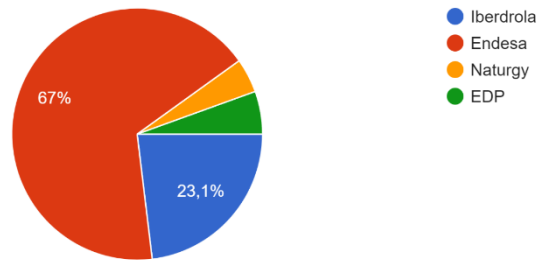
Fuente: elaboración propia a través de Google Forms.

Este gráfico ilustra claramente cómo las diferentes fuentes de información son utilizadas por los consumidores para conocer las prácticas ambientales de las empresas energéticas, destacando el papel prominente de las redes sociales en la difusión de esta información.

Figura 11. Percepción del consumidor de las empresas más contaminantes a nivel nacional.

10. De acuerdo a estas relación de empresas energética selecciona la que creas más contaminante a nivel nacional.

91 respuestas



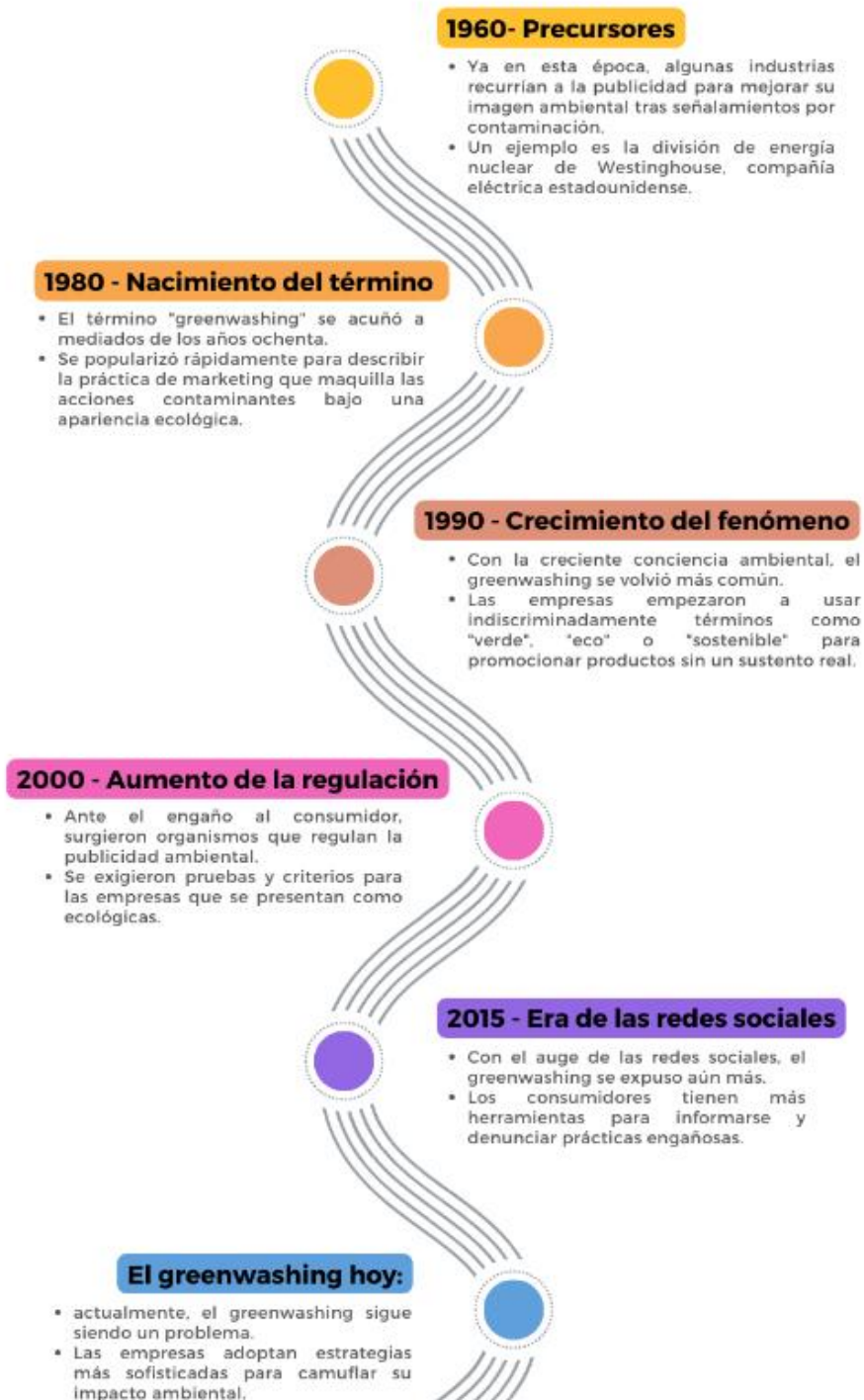
Fuente: elaboración propia a través de Google Forms.

En esta última pregunta de la encuesta se pidió a los encuestados que seleccionaran la empresa energética que consideran más contaminante a nivel nacional. Curiosamente Endesa está en primer lugar seguido de Iberdrola. Más adelante se verá una relación de empresas que conforman el Top 10 de las empresas más contaminantes a nivel nacional que dará la razón a ese 67%.

3.3 Evolución.

A continuación, se muestra un recorrido por sus etapas:

Figura 12. Evolución del Greenwashing.



Fuente: elaboración propia a través de Rojo, C. (2020, 24 agosto). El lavado verde de imagen: historia del 'Greenwashing'.

3.3 Legislación

Legislación Española

En la actualidad, se ha establecido un marco legal para combatir el Greenwashing en el ordenamiento jurídico de España, aunque de una forma bastante genérica y sin mencionar explícitamente esta práctica. Dicha normativa se articula principalmente a través de las siguientes disposiciones:

- Real Decreto Legislativo 1/2007, de 16 de noviembre, que ratifica el texto refundido de la Ley General para la Defensa de los Consumidores y Usuarios y otras normas complementarias (denominada “Ley para la Defensa de los Consumidores”).
- Ley 3/1991, de 10 de enero, de Competencia Desleal (la “Ley de Competencia Desleal”) y
- Ley 34/1988, de 11 de noviembre, General de Publicidad.

De acuerdo con el artículo 5 de la Ley de Competencia Desleal, se considera desleal cualquier conducta que incluya información falsa o que, incluso siendo verdadera, pueda inducir a error a los destinatarios por su contenido o presentación, pudiendo afectar su comportamiento económico si influye en aspectos fundamentales del bien o servicio como su disponibilidad, beneficios, riesgos, entre otros. Asimismo, la Ley para la Defensa de los Consumidores establece que el etiquetado y presentación de los bienes y servicios no deben inducir a error, asegurando información precisa, efectiva, suficiente y accesible sobre sus características esenciales.

Dado que las disposiciones específicas contra el Greenwashing no se incluyen explícitamente reguladas en las normativas mencionadas, esta práctica no se considera desleal en todas las circunstancias. Sin embargo, las normas generales permiten abordar el Greenwashing cuando este afecta adversamente a los consumidores, requiriendo una evaluación individualizada en cada caso.

Legislación Europea.

Respecto a la regulación europea dirigida a evitar prácticas comerciales desleales, el 17 de enero de 2024 el Parlamento Europeo aprobó la Directiva del Blanqueo Ecológico. Esta directiva busca combatir prácticas que dificultan la adquisición de productos o servicios ecológicos por parte de los consumidores, incluyendo ciertas prácticas relacionadas con el blanqueo ecológico y la obsolescencia temprana en la lista de prácticas comerciales prohibidas de la UE.

- La Directiva del Blanqueo Ecológico modifica la Directiva 2005/29/CE, sobre prácticas comerciales desleales, y la Directiva 2011/83/UE, sobre derechos de los consumidores. Tras su aprobación formal por el Consejo de la UE y su publicación en el Diario Oficial de la Unión Europea, los Estados miembros dispondrán de veinticuatro meses para transponerla a su legislación nacional.
- Como complemento a la propuesta antes referida, la Comisión Europea publicó otra propuesta de directiva relativa a la justificación y comunicación de alegaciones medioambientales explícitas (“Green Claims Directive”) que se aplica a las alegaciones medioambientales explícitas realizadas por comerciantes sobre productos o comerciantes en prácticas comerciales

Con la implementación de la Directiva de alegaciones ecológicas, las empresas deberán demostrar y verificar la veracidad de las informaciones relativas al impacto medioambiental de sus productos o servicios.

Por otra parte, uno de los principales cambios es que las alegaciones medioambientales de carácter genérico estarán incluidas en el Anexo I de la Directiva de Prácticas Comerciales Desleales. Esto lleva a que se considerarán “Prácticas Comerciales Desleales” en cualquier circunstancia y por lo tanto, en caso de detección de estas, no cabrá un análisis caso por caso, como se realiza hasta ahora, sino que constituirán directamente prácticas desleales y estarán sujetas a las sanciones descritas anteriormente en la legislación vigente.

3.4 Greenwashing desde la perspectiva del marketing VS la perspectiva económica.

Desde **la perspectiva del marketing**, el Greenwashing se refiere a prácticas engañosas que las empresas utilizan para presentar una imagen ambientalmente responsable sin llevar a cabo acciones significativas para reducir su impacto ambiental.

- Publicidad y Relaciones Públicas: se centra en cómo las empresas diseñan sus campañas de marketing para destacar supuestos beneficios ambientales.
- Imagen de Marca: las empresas buscan mejorar su reputación y atractivo ante los consumidores preocupados por el medio ambiente.
- Estrategias de Marketing: el uso de términos vagos o no verificables, etiquetas verdes y símbolos engañosos que sugieren un mayor compromiso ambiental del que realmente existe.
- Confianza del Consumidor: el Greenwashing puede erosionar la confianza en las marcas y en las certificaciones ambientales genuinas.
- Decisiones de Compra: las empresas pueden influir en las decisiones de compra de los consumidores que buscan productos sostenibles.

Desde **la perspectiva económica**, el Greenwashing se analiza en términos de sus implicaciones para la eficiencia del mercado, la asignación de recursos y el bienestar general.

- Costos de Cumplimiento: las empresas que realmente invierten en prácticas sostenibles pueden enfrentar costos más altos que aquellas que solo aparentan hacerlo.
- Beneficios Económicos: a corto plazo, puede proporcionar beneficios económicos a las empresas mediante el aumento de ventas o atracción de inversiones. Sin embargo, a largo plazo, puede resultar en sanciones y pérdida de confianza que afecten negativamente a la empresa.
- Incentivos Económicos: la implementación de incentivos económicos para promover prácticas empresariales auténticamente sostenibles y desincentivar el Greenwashing.
- Inhibición de Innovación: el Greenwashing puede desincentivar la verdadera innovación en sostenibilidad si las empresas creen que pueden obtener beneficios similares mediante afirmaciones engañosas.

3.5 Agenda 2030, influencia del uso del Greenwashing.

No se puede comunicar de manera arbitraria que un producto o servicio es sostenible desde el punto de vista medioambiental. Es fundamental asegurar que las alegaciones medioambientales sean claras y se encuentren basadas en hechos, ya que de lo contrario podrían considerarse una práctica desleal, infringiendo la normativa de consumo, en particular el artículo 47.1.m del Real Decreto Legislativo 1/2007, con todas las consecuencias legales que ello implica.

Entre otras sanciones, se podrían imponer multas de hasta 100.000 euros, pudiendo incluso superarse estas cantidades hasta alcanzar entre cuatro y seis veces el beneficio ilícito obtenido por dicha práctica

Además de las posibles sanciones, existen otras consecuencias adicionales. Por ejemplo, la Propuesta de Directiva de Alegaciones Ecológicas establece, entre otras medidas, las siguientes:

- La posibilidad de confiscar los ingresos obtenidos de la comercialización de productos que no cumplen con los criterios establecidos en la directiva.
- La exclusión temporal de los procesos de contratación pública y del acceso a financiación pública, como licitaciones, subvenciones o concesiones.

La Unión Europea ha presentado una propuesta de Directiva del Parlamento Europeo y del Consejo que modifica las directivas 2005/29/CE y 2011/83/UE, en lo que respecta al empoderamiento de los consumidores para la transición ecológica mediante una mejor protección contra las prácticas desleales y una mejor información.

Esta propuesta, conocida como la Directiva sobre Alegaciones Ecológicas (Green Claims), tiene como objetivo principal justificar y comunicar de manera transparente las alegaciones medioambientales explícitas. Estos cambios afectan a todas las empresas, exceptuando a las microempresas, que según la propuesta actual estarían exentas de cumplir ciertos artículos de la Directiva sobre Alegaciones Ecológicas. No obstante, estas microempresas podrán optar voluntariamente por cumplir ciertos artículos de la Directiva sobre Alegaciones Ecológicas.

Objetivos de Desarrollo Sostenible de la ONU

La propuesta de la Unión Europea se alinea con los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) de la Organización de Naciones Unidas (ONU), entre los cuales destacan los siguientes:

Objetivo 12. Producción y Consumo Responsable.

El estilo de consumo y producción incontrolado del último siglo ha generado graves problemas medioambientales como el cambio climático, la falta de recursos, la contaminación de los ecosistemas y la pérdida de biodiversidad. Se debe enfocar hacia una modelo más sostenible, con una visión de economía circular y local.

3.6 Greenwashing en el sector energético.

Durante un período de cinco años, las principales empresas energéticas europeas han registrado ganancias que superan en más de siete veces la suma de los fondos destinados por las naciones ricas a las naciones más pobres para abordar los desafíos del cambio climático.

Se observa una tendencia creciente hacia la práctica del Greenwashing por parte de estas empresas, algunas de las cuales se autodenominan líderes en el campo de las energías renovables y las tecnologías de transición, a pesar de que sus acciones distan considerablemente de esta representación. La acumulación de riqueza se ha logrado a expensas de los fondos públicos, mediante estrategias de lavado de imagen verde y mediante la explotación de prácticas sociales y medioambientales que amenazan los derechos de los trabajadores y las comunidades vulnerables.

La mayoría de estas empresas europeas se asocian con violaciones de los derechos indígenas, laborales y otros derechos humanos. Algunas de ellas, bajo la presión del escrutinio público, han optado por deshacerse de activos relacionados con combustibles fósiles, transfiriéndose a entidades con menor exposición mediática. Sin embargo, en tales casos, las emisiones reales no disminuyen, ya que los activos se mantienen operativos. Además, algunas empresas han buscado mejorar sus credenciales ambientales mediante la separación de activos de combustibles fósiles hacia nuevas unidades de negocio independientes. Estas acciones ilustran cómo, aunque la conciencia pública ha estigmatizado los combustibles fósiles, las empresas han intentado eludir estas críticas vendiendo o segregando sus activos en lugar de abordar directamente la desinversión en combustibles fósiles.

4. Metodología y análisis.

4.1 Caso Endesa.

Endesa es una compañía energética fundada en los años 40 por el gobierno español en la época fascista, comenzando su privatización en los 80, sin perder sus lazos con el poder político. Actualmente varios políticos, independientemente de su partido, han asumido altos cargos dentro de la compañía. Este lazo es una de las razones por las que Endesa se considera una pieza fundamental de la economía española junto a Iberdrola y Naturgy. La empresa forma parte del Grupo Enel, una de las mayores compañías energéticas del mundo.

Figura 13. Evolución histórica de Endesa



Fuente: elaboración propia a través de Endesa.com (2024)

Actividades de Endesa:

- **Generación de electricidad:** la compañía cuenta con una amplia gama de fuentes de energía proveniente de origen renovables (solar, eólica e hidráulica) y de combustibles fósiles (carbón y el gas natural).
- **Distribución de Energía:** la red de distribución comprende todo el territorio nacional.
- **Comercialización de otros Productos y Servicios:** diversas tarifas y productos, tanto para los hogares como para los negocios.
- **Servicios energéticos:** ofrece servicios adicionales, como la instalación de paneles solares.

Endesa y el Greenwashing:

En los últimos años Endesa ha sido objeto de algunas críticas por parte de organizaciones ecologistas que la acusan de realizar prácticas de Greenwashing.

Justicia Alimentaria acusa a Endesa de “ecopostureo” por su “miel solar”.

La energética lanza una iniciativa para compatibilizar las plantas solares con la producción de miel, algo que desde la ONG tachan de ‘Greenwashing’.

Justicia Alimentaria acusa a Endesa de “ecopostureo” por su “miel solar”. (s. f.).

COP25 | Lo que no te cuentan de Endesa en las portadas de los periódicos.

Marea, L. (2020, 29 octubre). *COP25 Lo que no te cuentan de Endesa en las portadas de los periódicos.*

Estas no son afirmaciones banales sin ninguna base, Endesa (junto a Iberdrola) se encuentra entre las 10 empresas más contaminantes de España en términos de emisión de toneladas de CO₂-eq, estando en segundo lugar, por detrás de Repsol, según el estudio desarrollado por el **Observatorio de Sostenibilidad** en su informe anual “Descarbonización 2024 Europa, España y Comunidades Autónomas” Empresas del sector eléctrico como Endesa, Iberdrola y Naturgy están presentes, lo que refleja el impacto significativo de la generación de energía en las emisiones de CO₂-eq.

Figura 14. Top 10 empresas más contaminantes en España



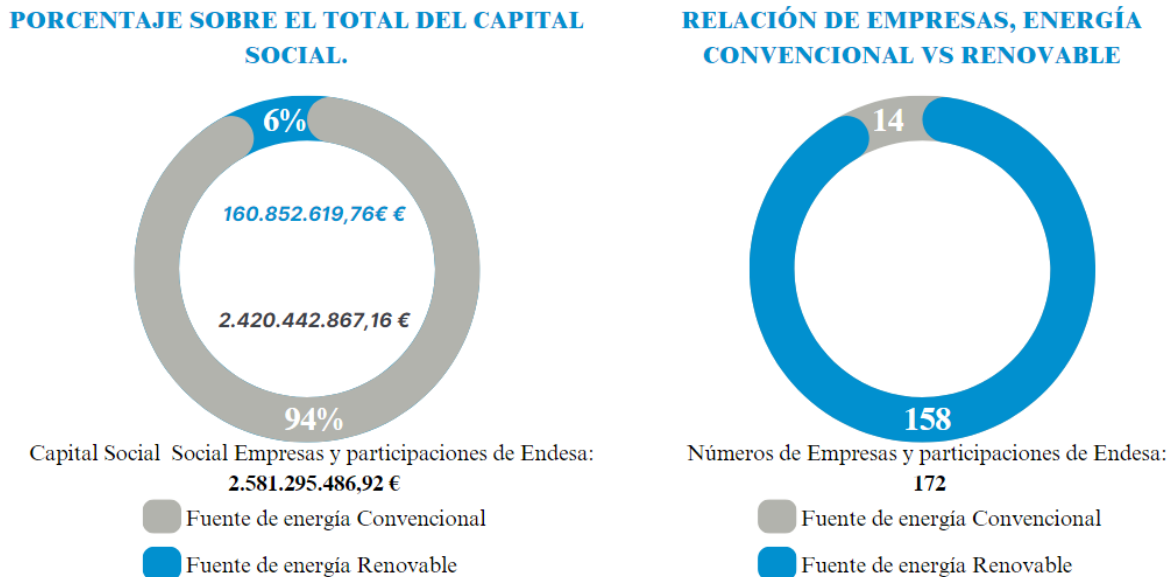
Fuente: elaboración propia a través del Informe de descarbonización (2024)

Debido a la naturaleza económica del modelo de negocio de Endesa es comprensible que la compañía pertenezca a este Top 10, lo que no parece razonable es la falsa imagen de sostenibilidad que muestra al mundo, esto no implica que las compañías no tengan un plan estratégico de sostenibilidad para disminuir su impacto en el medio ambiente, se trata más bien del lavado verde que hace parecer que esos objetivos ya se han cumplidos, cuando la realidad es que aún falta mucho por alcanzar.

Construir una buena imagen corporativa y sostenible contribuye a la percepción y generación, por parte de terceros, de un interés legítimo en la actividad empresarial que proyecta la sociedad emisora de dicha imagen. Alguno de los terceros “afectados” sin incluir en esta ocasión al consumidor final, son los inversores, sus acciones promovidas por las atractivas promesas de un compromiso disfrazado de verde, pueden aumentar la demanda de las acciones de Endesa, elevando su precio en el mercado. Esto se debe a la confianza de los inversores en la sostenibilidad y rentabilidad futura de la empresa.

Adicionalmente las empresas con una reputación sólida suelen tener múltiplos de valoración más altos (como el PER, Precio/Beneficio), ya que los inversores están dispuestos a pagar una prima por compañías percibidas como de menor riesgo y con buenas perspectivas.

Figura 15. Distribución del capital social de Endesa.



Fuete: elaboración propia a través de Endesa. Informe financiero anual (2023)

Como se puede apreciar en los gráficos circulares, la gran mayoría de las inversiones de Endesa están orientadas hacia la energía convencional (Nuclear, Gas Natural, Carbón y Petróleo). Sin embargo, la mayoría de sus participaciones empresariales son en energías renovables. Desde el punto de vista del Greenwashing supone una estrategia de proyectar una imagen de compromiso con la sostenibilidad y las energías limpias mientras se mantiene una dependencia financiera significativa en las fuentes de energía convencionales.

4.2 Caso Iberdrola.

Iberdrola nace como consecuencia del estallido de la Primera Guerra Mundial que obliga al sector a buscar nuevas fuentes y a levantar grandes redes de distribución. Las eléctricas estadounidenses comienzan a integrarse para hacer frente a los vaivenes económicos y financieros. El crack bursátil de 1929 lleva al límite a estos grupos emergentes. En España la Guerra Civil frena radicalmente el desarrollo, destruye instalaciones y dificulta las tareas de mantenimiento de los pocos equipos que quedan en pie. Los años 40 son los del aislamiento internacional de España, lo que se traduce en graves problemas para adquirir tecnología y materiales. En los años 60, el gran desarrollo de la energía nuclear supone un salto hacia adelante para las empresas que acabarán configurando el grupo Iberdrola. En la década de los 70, durante la crisis del petróleo el sector eléctrico se convierte en un factor clave de recuperación, es entonces cuando arranca el proceso de privatizaciones.

En la actualidad, Iberdrola se destaca como la tercera empresa eléctrica más grande del mundo por capitalización bursátil y la primera en Europa sin participación estatal. Además, se erige como líder global en energías renovables.

Figura 16. Evolución historia Iberdrola



Fuente: elaboración propia a través de Iberdrola.com (2024)

Actividades de Iberdrola

- **Generación de electricidad.**
- **Energías renovables:** tales como Energía Eólica tanto Terrestre como Marina, siendo Iberdrola uno de los principales operadores de parques eólicos terrestres a nivel mundial, así como que la compañía ha invertido significativamente en proyectos eólicos marinos, con importantes parques en operación y desarrollo.
- **Producción de hidrógeno verde:** Iberdrola está impulsando proyectos de hidrógeno verde, generado a partir de fuentes renovables, las actividades específicas en este ámbito son proyectos emblemáticos como plantas de hidrógeno verde siendo la planta verde en Puertollano uno de los proyectos más destacados.
- **Construcción, operación y mantenimiento de centrales de generación.**
- **Energía solar fotovoltaica, energía hidroeléctrica, plantas de hidrógeno verde**
- **Compra venta de energía en los mercados mayoristas.**

Iberdrola y el Greenwashing.

Iberdrola está demostrando su compromiso con la sostenibilidad y su rechazo al Greenwashing a través de iniciativas como "Building a Better Built" (Construir una red mejor), lanzada a principios de 2022. Este proyecto se centra en mejorar las redes de transmisión de alta tensión y larga distancia para facilitar las redes verdes, asegurando que la energía verde esté disponible cuando se necesite, destacando la importancia del almacenamiento de energía.

Además, Iberdrola ha demandado a Repsol por competencia desleal y publicidad engañosa, acusándola de Greenwashing. Iberdrola argumenta que Repsol promociona iniciativas sostenibles mientras sigue centrada principalmente en los combustibles fósiles, erosionando así la confianza del consumidor y socavando los esfuerzos de las empresas verdaderamente sostenibles.

4.3 Análisis de ratios.

Figura 17. Ratios Endesa

Ratios de Resultados	2023	2022	2021
Rentabilidad Económica (ROA) (%)	3,98	7,38	4,89
Rentabilidad de Explotación (%)	8,27	10,69	8,72
Rentabilidad Financiera (ROE) (%)	14,64	39,86	27,74
EBIT y EBITDA			
EBIT	1.645.000.000	3.687.000.000	1.956.000.000
EBITDA	3.413.000.000	5.340.000.000	3.485.000.000

Fuente: Sistema de Análisis de Balances Ibéricos. Ratios Informa

Las siguientes ratios se analizarán siguiendo un criterio consolidado, a falta de la escasa información de las cuentas anuales de Endesa España.

- **Rentabilidad Económica (ROA):** disminuyó del 7,38% en 2022 al 3,98% en 2023, después de un aumento del 4,89% en 2021 al 7,38% en 2022. La caída en 2023 indica una reducción en la eficiencia del uso de los activos. La fluctuación en la ROA destaca la variabilidad en la eficiencia operativa de Endesa, lo que podría estar influenciado por cambios en el entorno económico, regulatorio o en la gestión de la empresa.

$$\frac{\text{Resultado de explotación}}{\text{Total activo (A + B)}} \times 100$$

<u>2023</u>	<u>2022</u>	<u>2021</u>
$(1.645/41.283) \times 100 = 3.89\%$	$(3.687/49.960) \times 100 = 7.38\%$	$(1.956/39.968) \times 100 = 4.89\%$

- **Rentabilidad de Explotación:** bajó del 10,69% en 2022 al 8,27% en 2023, después de haber aumentado del 8,72% en 2021 al 10,69% en 2022. El aumento en 2022 seguido de una disminución en 2023 sugiere que, aunque hubo un año de mejora, la empresa no ha podido mantener esa eficiencia operativa. Las causas de este comportamiento pueden deberse a diversos factores como aumentos en costos operativos, menor eficiencia en el uso de activos, o cambios en el mercado energético.

$$\frac{\text{Resultado de explotación} - \text{Amortización del inmovilizado}}{\text{Total activo}} \times 100$$

<u>2023</u>	<u>2022</u>	<u>2021</u>
$(3.413/41.283) \times 100 = 8.27\%$	$(3.687/49.960) \times 100 = 10.69\%$	$(3.485/39.968) \times 100 = 8.72\%$

- **Rentabilidad Financiera (ROE):** disminuyó significativamente del 39,86% en 2022 al 14,64% en 2023, después de un gran aumento del 27,74% en 2021 al 39,86% en 2022. La caída en 2023 indica una menor capacidad de generar ganancias a partir del capital de los accionistas.

$$\frac{\text{Resultado antes de impuestos}}{\text{Fondos Propios}} \times 100$$

<u>2023</u>	<u>2022</u>	<u>2021</u>
$(1.055/7.273) \times 100 = 14.50\%$	$(3.472/8.748) \times 100 = 39.68\%$	$(1.925/6.937) \times 100 = 27.74\%$

- **Ratio de Endeudamiento:** en 2021, el ratio fue de 5.89, lo que reflejaba un nivel alto de apalancamiento típico del sector energético. En 2022, el ratio aumentó a 7.32, indicando una mayor dependencia de la deuda y, por tanto, un incremento en el riesgo financiero. Sin embargo, en 2023, el ratio disminuyó considerablemente a 4.55, lo que sugiere que la compañía tomó medidas para reducir su deuda o aumentar su patrimonio neto, esto se ve reflejado en el balance en aumento de capital y reducción de la deuda a corto y largo plazo. Esta reducción es una señal positiva, indicando una mejora en la estructura financiera de la empresa y una reducción del riesgo financiero.

<u>2023</u>	<u>2022</u>	<u>2021</u>
$33.852/7.431 = 4.55$	$42.961 /5.999 = 7.32$	$34.170/5.798 = 5.89$

$$\frac{\text{Pasivo Total}}{\text{Patrimonio neto}}$$

- **EBIT:** disminuyó de 3.687 millones de euros en 2022 a 1.645 millones de euros en 2023, después de haber aumentado de 1.956 millones de euros en 2021 a 3.687 millones de euros en 2022. Esto muestra una reducción significativa en los beneficios operativos en 2023.

Resultado de explotación

<u>2023</u>	<u>2022</u>	<u>2021</u>
1.645	3.687	1.956

- **EBITDA:** bajó de 5.340 millones de euros en 2022 a 3.413 millones de euros en 2023, después de haber aumentado de 3.485 millones de euros en 2021 a 5.340 millones de euros en 2022. Esto indica una disminución en la rentabilidad operativa en 2023.

Resultado de explotación
- Amortización del inmovilizado

<u>2023</u>	<u>2022</u>	<u>2021</u>
3.413	3.687	3.485

Los ratios de rentabilidad y las cifras de EBIT y EBITDA muestran una tendencia negativa en 2023 comparada con 2022. Esto sugiere que Endesa ha experimentado desafíos significativos en términos de eficiencia operativa, lo que indica que la gestión y control de sus operaciones para producir más con menos no se está llevando de la mejor manera y capacidad de generar beneficios, siendo esta crucial para la sostenibilidad y crecimiento de la empresa, ya que los beneficios permiten reinvertir en el negocio, pagar dividendos a los accionistas y mejorar la situación financiera de la empresa.

Los cambios significativos en los ratios y beneficios operativos entre los años analizados indican volatilidad en el desempeño financiero de Endesa. La caída en rentabilidad y beneficios operativos puede afectar negativamente la percepción de los inversores, lo que podría traducirse en una menor confianza y potencialmente en una disminución en el valor de las acciones.

Esta tendencia negativa en 2023, en comparación con el crecimiento observado en 2022, puede ser un punto de análisis crítico para los inversores y analistas financieros, quienes pueden investigar las causas subyacentes de esta caída y evaluar las perspectivas futuras de la empresa.

Figura 18. Ratios Iberdrola

Ratios de Resultados	2023	2022	2021
Rentabilidad Económica (ROA) (%)	5,98	5,16	5,18
Rentabilidad de Explotación (%)	9,12	8,19	8,14
Rentabilidad Financiera (ROE) (%)	15,34	14,24	14,75
EBIT y EBITDA			
EBIT	8.973.000.000	7.984.000.000	7.343.000.000
EBITDA	13.680.000.000	12.666.000.000	11.540.000.000

Fuente: Sistema de Análisis de Balances Ibéricos. Ratios Informa

Los siguientes ratios se analizarán siguiendo un criterio consolidado, a falta de la escasa información de las cuentas anuales de Iberdrola y España.

- **Rentabilidad Económica (ROA):** aumentó del 5,26% en 2022 al 6,14% en 2023, después de un aumento del 5,15% en 2021 al 5,26% en 2022. La subida constante indica una mejora en la eficiencia del uso de los activos, que podría ser debido a mejoras en el entorno económico en el año 2023 o en la gestión de la empresa.

$$\frac{\text{Resultado de explotación}}{\text{Total activo}} \times 100$$

<u>2023</u>	<u>2022</u>	<u>2021</u>
$(9.212/150.033) \times 100 = 6.14\%$	$(8.130/154.667) \times 100 = 5.26\%$	$(7.304/141.752) \times 100 = 5.15\%$

- **Rentabilidad de Explotación:** ha subido del 8,19% en 2022 al 9,12% en 2023, después de haber aumentado del 8,14% en 2021 al 8,19% en 2022. Lo que sugiere un aumento significativo en la eficiencia operativa en 2023, que puede indicar menores costos operativos para la empresa, mayor eficiencia en el uso de sus activos, o cambios en el mercado.

$$\frac{\text{Resultado de explotación}}{\text{Total activo}} \times 100$$

<u>2023</u>	<u>2022</u>	<u>2021</u>
$(13.680/150.033) \times 100 = 9.12\%$	$(12.666/154.667) \times 100 = 8.19\%$	$(11.540/141.752) \times 100 = 8.14\%$

- **Rentabilidad Financiera (ROE):** subió del 14,24% en 2022 al 15,34% en 2023, después de una pequeña disminución del 14,75% en 2021 al 14,24% en 2022. El aumento notable en 2023 indica una mayor capacidad de generar ganancias a partir del capital de los accionistas.

$$\frac{\text{Resultado antes de impuestos}}{\text{Fondos Propios}} \times 100$$

<u>2023</u>	<u>2022</u>	<u>2021</u>
$(7.025/45.800) \times 100 = 15.34\%$	$(6.292/44.194) \times 100 = 14.24\%$	$(6.301/42.711) \times 100 = 14.75\%$

- **Ratio de endeudamiento:** en 2021, el ratio fue de 2,47 lo que reflejaba un nivel medio-bajo de apalancamiento típico del sector energético. En 2022, aumentó a 2.61, sin cambios en cuanto a dependencia de la deuda. En 2023, disminuyó a 2.44, lo que ha reducido su deuda. En el tramo observado el nivel se mantiene indicando una buena estructura financiera de la empresa y un riesgo financiero reducido.

$$\frac{\text{Pasivo Total}}{\text{Patrimonio neto}}$$

<u>2023</u>	<u>2022</u>	<u>2021</u>
$150.033/61.428 = 2.44$	$154.667/59.361 = 2.61$	$141.752/57.387 = 2.47$

- **EBIT:** aumentó de 7.984 millones de euros en 2022 a 8.973 millones de euros en 2023, después de haber aumentado de 7.343 millones de euros en 2021 a 7.984 millones de euros en 2022. Esto muestra un aumento significativo en los beneficios operativos en varios años.

$$\text{Resultado de explotación}$$

<u>2023</u>	<u>2022</u>	<u>2021</u>
8.973	7.984	7.343

- **EBITDA:** subió de 12.666 millones de euros en 2022 a 13.680 millones de euros en 2023, después de haber aumentado de 11.540 millones de euros en 2021 a 12.666 millones de euros en 2022. Esto indica un aumento significativo en la rentabilidad operativa tanto en 2022 como en 2023.

Resultado de explotación
- Amortización del inmovilizado

<u>2023</u>	<u>2022</u>	<u>2021</u>
13.680	12.666	11.540

Los ratios de rentabilidad y las cifras de EBIT y EBITDA muestran una tendencia positiva en 2023 comparada con 2022. Esto sugiere que Iberdrola ha experimentado una buena tendencia en términos de eficiencia operativa, lo que indica que la gestión y control de sus operaciones para producir más con menos se está llevando de manera eficiente al igual que la capacidad de generar beneficios, siendo esta crucial para la sostenibilidad y crecimiento de la empresa.



La tendencia de crecimiento en los ratios y beneficios operativos entre los años analizados indican estabilidad en el desempeño financiero de Iberdrola. La subida en rentabilidad y beneficios operativos puede afectar positivamente la percepción de los inversores, lo que podría traducirse en una mayor confianza y potencialmente en un aumento en el valor de las acciones.

Esta tendencia positiva en 2023, en comparación con el pequeño crecimiento observado en 2022, puede ser un punto de análisis importante para los inversores y analistas financieros, quienes pueden investigar las causas subyacentes de esta subida y evaluar las perspectivas futuras de la empresa.

4.4 Análisis de distribución de energía e inversiones renovables.



- Distribución de energía.

Figura 19. Distribución de producción y capacidad de energía de Endesa.

 IBERDROLA	Capacidad Instalada (MW) España		 IBERDROLA	Producción Neta de electricidad (GWh) España	
	2023	2022		2023	2022
Renovables	21.589	19.796	Renovables	29.462	23.826
Nuclear	3.177	3.177	Nuclear	23.784	23.886
Ciclos Combinados	5.695	5.695	Ciclos Combinados	6.452	7.082
Cogeneración	347	347	Cogeneración	1.565	1.904
Carbón	0	0	Carbón	0	0
Total	30.807	29.013	Total	61.263	56.698

Fuente: elaboración propia a través del informe financiero de Iberdrola (2023)

Figura 20. Distribución de producción y capacidad de energía de Iberdrola.

 endesa	Capacidad Instalada(WH)		 endesa	Producción Neta de electricidad (GWh)	
	2023	2022		2023	2022
Renovables	9.899	9.293	Renovables	14.212	12.041
Nuclear	3.328	3.328	Nuclear	24.865	26.508
Petróleo	2.334	2.333	Petróleo	4.505	4.505
Gas Natural	5.445	5.445	Gas Natural	15.939	20.720
Carbón	241	1.644	Carbón	742	997
Total	21.247	22.044	Total	60.264	64.716

Fuente: elaboración propia a través del informe financiero de Edesa (2023)

Como se puede apreciar en ambas compañías, tanto la producción neta de energía (expresada en GWh (Gigavatio-Hora)), como la capacidad instalada (expresada en MW (Megavatio)) aumentaron respecto al año anterior, en lo relativo a las energías renovables el aumento de la producción neta supone un 23.70% para Iberdrola y un 18.03% para Endesa.

Teniendo en cuenta que las cifras de Iberdrola son a nivel nacional, no cabe ninguna duda de que Endesa, con estas cifras (Principalmente de España y Portugal) se sitúa ligeramente por debajo en términos de producción y capacidad instalada de energía renovables pese a sus grandes esfuerzos. Resulta digno de análisis el hecho de que Endesa apenas haya experimentado cambios en la capacidad instalada de las energías renovables con un aumento del 6.50% respecto al 9.05% de Iberdrola, teniendo en cuenta lo antes mencionado con relación al alcance territorial de estas cifras.

El carbón sigue formando parte de las fuentes de energías de Endesa, a diferencia de Iberdrola donde no tiene cabida (en España), experimentando una notable disminución, debido al cierre de la última central de carbón en la Península. Lo que demuestra que la participada de Enel actualmente sigue dependiendo del carbón mientras Iberdrola ya ha dado ese paso. La intención de la compañía es que en 2027 se dé por realizada la salida total del carbón en España.

- **Inversiones.**

Endesa:

*“Endesa ha invertido **2.304 millones** en 2023, con un leve descenso del 2% respecto al año anterior - 2022 marcó el récord histórico de inversión de Endesa-. La red de distribución ha absorbido el 38% del total.*

*El segundo negocio que más inversión **absorbe es el de renovables, el 34%**. La nueva potencia limpia que se ha sumado en el ejercicio es de 600 MW, lo que sitúa en un total de 9.900MW la capacidad de producción hidroeléctrica, eólica y solar.*

*En **generación convencional**, a la que se ha dedicado otro **15% de la inversión anual**. En cuanto al negocio de comercialización de luz, gas y servicios de valor, ha absorbido un 12% de la inversión del pasado año.”*

Iberdrola:

*“En 2023 la compañía ha alcanzado un beneficio neto de **4.803 millones de euros**, manteniendo nuestra trayectoria de alcanzar o batir las previsiones. Las inversiones han crecido un 6% de hasta los 11.283 millones de euros respecto al ejercicio anterior, **dedicando un 47% del total de las inversiones a renovables**, un 46% a redes y un 5% a producción de clientes.”*

Estos datos al igual que los ratios comentados en el apartado anterior, son generales, a pesar de que Iberdrola comparte explícitamente cómo se distribuye estas inversiones por países, Endesa no proporciona una división tan clara. En todo caso el análisis de los porcentajes asignados a las inversiones de energía renovables destaca en diferencia. Endesa distribuye un 15% en energía convencional, que es la forma sofisticada de llamar a la energía nuclear y combustibles fósiles. Mientras que Iberdrola destina casi el 50% de la inversión a las energías renovables.

5. Resultados: análisis del caso.

Contexto General

Iberdrola y Endesa son dos de las mayores compañías de energía y con mayor cuota de mercado en España, ambas han hecho importantes promesas y afirmaciones sobre su compromiso con la sostenibilidad y la energía renovable. Sin embargo, estas afirmaciones han sido objeto de escrutinio y críticas, especialmente en el contexto de sus actividades reales y políticas corporativas.

Iberdrola

Iberdrola ha promovido una imagen de líder en energía renovable y sostenibilidad. Ha invertido significativamente en energía eólica y solar y ha cerrado muchas de sus plantas de carbón. Sin embargo, las críticas de Greenwashing han surgido en varios aspectos:

1. **Publicidad engañosa:** ha habido acusaciones de que Iberdrola exagera el porcentaje de energía renovable en su mix energético. Aunque ha cerrado muchas plantas de carbón, la empresa aún depende en parte de fuentes de energía no renovables y de gas natural.
2. **Proyectos controversiales:** algunos proyectos de energía renovable de Iberdrola han sido criticados por su impacto ambiental local. Por ejemplo, la construcción de grandes parques eólicos y solares ha generado conflictos con comunidades locales y preocupaciones sobre la biodiversidad.
3. **Transparencia:** Iberdrola ha sido acusada de falta de transparencia en sus informes de sostenibilidad y de no proporcionar datos claros y verificables sobre sus impactos ambientales.

Endesa

Endesa, por su parte, ha sido objeto de críticas similares, aunque su transición hacia la energía renovable ha sido más lenta que la de Iberdrola. Sus controversias de Greenwashing incluyen:

1. **Retardos en el Cierre de Plantas de Carbón:** a pesar de anunciar planes para cerrar plantas de carbón, Endesa ha sido criticada por los retrasos en la implementación de estos cierres y por seguir operando estas plantas durante más tiempo del anunciado.
2. **Inversión en Gas Natural:** Endesa ha promovido su inversión en gas natural como una solución "verde", aunque muchos argumentan que el gas natural sigue siendo una fuente de energía fósil con un impacto significativo en el cambio climático.
3. **Publicidad y Comunicaciones:** al igual que Iberdrola, Endesa ha sido acusada de presentar una imagen exagerada de su compromiso con la sostenibilidad en sus campañas de marketing y en sus informes corporativos.

En cuanto a análisis de ratios de ambas empresas, podemos observar el crecimiento constante y estable de Iberdrola, mientras que las cifras de Endesa fluctúan de un año a otro. Esto lleva a que tanto el control como la gestión empresarial de Iberdrola sean más eficientes, ayudando a la empresa a aumentar sus cifras y mantener políticas sostenibles.

6. Conclusiones.

El Greenwashing es un problema serio que, como se ha comprobado a lo largo del trabajo, no solo afecta a la percepción y toma de decisiones de los consumidores y los inversores, sino que afecta a la imagen de la empresa, ofreciendo beneficios a corto plazo que se desvanecen entre las falsas promesas que ocultan el verdadero impacto ambiental de las empresas que lo practican. En el caso de Iberdrola y Endesa es fundamental que se mejore la transparencia y la veracidad en la comunicación de sus logros y desafíos en sostenibilidad, a pesar de que actualmente cuenta con avanzados informes que muestran información sustancial, parece que esta llega sesgada al público final, a este se llega en mayor medida mediante la publicidad en pantalla y los perfectos y grandes planes de ahorro y eficiencia energética, sin ofrecer una perspectiva más amplia de la repercusión de la decisión de compra.

Además, la implementación efectiva y rápida de sus planes de transición hacia la energía renovable es crucial para asegurar que sus promesas se traduzcan en acciones concretas y verificables. En los informes analizados, ambas empresas muestran un objetivo claro hacia la transición energética, Iberdrola se encuentra más avanzada respecto a Endesa en este aspecto.

Iberdrola ha tomado medidas activas para demostrar su compromiso genuino con la sostenibilidad, destacando iniciativas como "Building a Better Built", que mejora las redes de transmisión para apoyar las energías renovables. Su demanda contra Repsol por publicidad engañosa y competencia desleal es un ejemplo de su esfuerzo por combatir el Greenwashing y promover prácticas empresariales honestas y sostenibles. Adicionalmente Iberdrola a marzo de 2023 fue la primera compañía en recibir el certificado de hidrógeno renovable de Asociación Española de Normalización y Certificación (AENOR), "este reconocimiento confirma que Iberdrola produce hidrógeno procedente de fuentes de energías renovables, respetuosas con el medio ambiente y neutro a nivel climático" (Iberdrola2023).

Endesa, por otro lado, ha sido objeto de críticas por prácticas de Greenwashing. Aunque la empresa ha anunciado varios proyectos y compromisos en energías renovables, existen preocupaciones sobre la coherencia y la transparencia de sus acciones en comparación con sus operaciones tradicionales en combustibles fósiles. Las críticas sugieren que algunas de sus iniciativas podrían ser más estratégicas para mejorar la percepción pública que para generar un impacto ambiental significativo.

En resumen, mientras Iberdrola se posiciona activamente contra el Greenwashing y refuerza su compromiso con la sostenibilidad a través de acciones legales y proyectos innovadores, Endesa enfrenta desafíos para demostrar la autenticidad de sus esfuerzos ecológicos frente a acusaciones de Greenwashing.

En cuanto a la legislación como se ha comentado a lo largo de este trabajo, la Unión Europea con el problema del Greenwashing es que están en trámite dos directivas dirigidas a proteger a los consumidores frente al blanqueo ecológico o Greenwashing, así una normativa ya aprobada por el Parlamento considera el Greenwashing una práctica comercial desleal y exige más información sobre la durabilidad y reparabilidad de los productos. Otra de las propuestas por la Comisión, establece sanciones y permitiría que los Estados verifiquen las alegaciones medioambientales de sus productos.

7. Bibliografía

- Arenales, M. G. (2024, 26 enero). La Unión Europea prohíbe el 'Greenwashing' pero la realidad es mucho más complicada. Infobae. <https://www.infobae.com/espana/2024/01/26/la-union-europea-prohibe-el-greenwashing-pero-la-realidad-es-mucho-mas-complicada/>
- BOE. (2023). Real Decreto 36/2023. <https://www.boe.es/eli/es/rd/2023/01/24/36>
- De Freitas Netto, S. V., Sobral, M. F. F., Ribeiro, A. R. B., & Da Luz Soares, G. R. (2020). Concepts and forms of greenwashing: a systematic review. *Environmental Sciences Europe*, 32(1). <https://doi.org/10.1186/s12302-020-0300-3>
- Endesa. (2022). Presentación de resultados 2022. <https://www.endesa.com/content/dam/enel-es/home/inversores/registrosoficiales/hechosrelevantes/documentos/2022/presentacion-de-resultados-2022.pdf>.
- Endesa. (2023). Informe financiero anual consolidado 2023. <https://www.endesa.com/content/dam/enel-es/home/inversores/infoeconomicafinanciera/resultadosfinancieros/documentos/2023/fy/novedades/informe-financiero-anual-consolidado-endesa-2023.pdf>
- Endesa. Endesa sitúa el beneficio ordinario neto en 951 extraordinarios. (2024). <https://www.endesa.com/es/prensa/sala-de-prensa/noticias/informacion-economica/resultados-2023#:~:text=Endesa%20ha%20invertido%202.304%20millones,absorbido%20el%2038%25%20del%20total.>
- Endesa. Nuestra historia (s.f.). <https://www.endesa.com/es/sobre-endesa/quienes-somos/nuestra-historia>.
- Fundación Greenpeace Argentina. (2023, 8 septiembre). Greenwashing y grandes empresas, quieren hacerte caer en su trampa. <https://www.greenpeace.org/argentina/blog/problemas/climayenergia/greenwashing-y-grandes-empresas-asi-quieren-hacerte-caer-en-su-trampa/>.
- Rojo, C. (2020, 24 agosto). El lavado verde de imagen: historia del 'Greenwashing'. https://www.eldiario.es/ballenablanca/365_dias/lavado-verde-imagen-historia-greenwashing_1_6169622.html.
- Iberdrola. (2022, marzo). Informe integrado. https://docs.publicnow.com/viewDoc?hash_primary=6E26BD7ED2F85744D290C8B8AD56C432ECA87392.
- Iberdrola. (2023). Cuentas anuales consolidadas 2023. <https://www.iberdrola.com/documents/20125/3643974/jga24-cuentas-anuales-consolidadas-2023.pdf>.
- Iberdrola. (2023). Informe integrado y de sostenibilidad 2023. <https://www.iberdrola.com/documents/20125/3643974/jga24-informe-integrado-2023.pdf>.
- Iberdrola. (2023). Resultados 2023 FY.

Iberdrola. Nuestra historia (s.f.). <https://www.iberdrola.com/conocenos/nuestra-empresa/nuestra-historia>.

Ministerio de Derechos Sociales, Consumo y Agenda 2030. (s. f.). Agenda 2030. <https://www.mdsocialesa2030.gob.es/agenda2030/index.htm>.

Observatorio de Sostenibilidad. (2024, 15 mayo). Descarbonización 2024 - Observatorio Sostenibilidad. Observatorio Sostenibilidad. <https://www.observatoriosostenibilidad.org/informes/descarbonizacion-2024/>.

SABI. (2024). Sistema de Análisis de Balances Ibéricos. <https://sabi.bvdep.com>.

Santos, C., Coelho, A., & Marques, A. (2023). A systematic literature review on greenwashing and its relationship to stakeholders: state of art and future research agenda. Management Review Quarterly. <https://doi.org/10.1007/s11301-023-00337-5>.


TerraChoice. (2010). The Sins of Greenwashing. https://www.twosides.info/wp-content/uploads/2018/05/Terrachoice_The_Sins_of_Greenwashing_-_Home_and_Family_Edition_2010.pdf.

Transnational Institute. (2023). Green multinationals exposed 2023. Transnational Institute. <https://www.tni.org/files/202405/TNI%20%20Green%20Multinationals%20Exposed%202023%20%20061223-1%20%20Web%20OSF.pdf>.

United Nations. (s. f.). Objetivos de desarrollo sostenible | Naciones Unidas. <https://www.un.org/es/common-agenda/sustainable-development-goals>

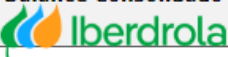
Watson, B. (2017). The troubling evolution of corporate greenwashing. Chain Reaction, (129), 38-40. ISSN 0312-1372. <https://search.informit.org/doi/epdf/10.3316/ielapa.766428450523476>

8. Anexos

Balance/Estado de resultados			
Balance Consolidado 	31/12/2023	31/12/2022	31/12/2021
	mll EUR	mll EUR	mll EUR
	12 meses	12 meses	12 meses
Activo			
A) Activo no corriente	28.825	30.035	28.316
I Inmovilizado intangible	2.108	2.098	2.004
II Inmovilizado material	22.839	22.338	22.097
1. Terrenos y construcciones	1.479	1.233	1.071
2. Instalaciones técnicas y otro inmovilizado material	19.834	19.864	19.743
3. Inmovilizado en curso y anticipos	1.526	1.241	1.283
III Inversiones inmobiliarias	69	59	55
IV Inversiones en empresas del grupo y asociadas a largo plazo	273	274	180
V Inversiones financieras a largo plazo	1.542	2.409	1.354
VI Activos por impuesto diferido	1.608	2.553	2.362
VII Deudas comerciales no corrientes	386	304	264
B) Activo corriente	12.458	19.925	11.652
I Activos no corrientes mantenidos para la venta	n.d.	27	n.d.
II Existencias	2.060	2.122	1.343
III Deudores comerciales y otras cuentas a cobrar	5.461	5.695	5.388
1. Clientes por ventas y prestaciones de servicios	4.017	5.298	4.122
b) Clientes por ventas y prestaciones de servicios a corto plazo	4.017	5.298	4.122
5. Activos por impuesto corriente	233	49	76
6. Otros créditos con las Administraciones Públicas	n.d.	n.d.	n.d.
V Inversiones financieras a corto plazo	2.831	11.210	4.218
VII Efectivo y otros activos líquidos equivalentes	2.106	871	703
Total activo (A + B)	41.283	49.960	39.968

Pasivo			
A) Patrimonio neto	7.431	5.999	5.798
A-1) Fondos propios	7.273	8.748	6.937
I Capital	1.271	1.271	1.271
1. Capital escriturado	1.271	1.271	1.271
II Prima de emisión	89	89	89
3. Reserva de revalorización	404	404	404
IV (Acciones y participaciones en patrimonio propias)	-4	-5	-3
VII Resultado del ejercicio	742	2.541	1.435
VIII (Dividendo a cuenta)	-529	n.d.	-529
IX Otros instrumentos de patrimonio neto	5	4	2
A-2) Ajustes por cambios de valor	-256	-3.188	-1.557
IV Diferencia de conversión	-1	-1	n.d.
V Otros	-255	-3.187	-1.557
A-3) Subvenciones, donaciones y legados recibidos	227	238	254
B) Pasivo no corriente	19.277	23.279	18.348
I Provisiones a largo plazo	2.855	2.964	3.984
II Deudas a largo plazo	10.653	14.580	8.380
1. Obligaciones y otros valores negociables	14	14	18
2. Deudas con entidades de crédito	5.302	5.805	3.308
3. Acreedores por arrendamiento financiero	784	756	861
IV Pasivos por impuesto diferido	1.308	1.315	1.486
VI Acreedores comerciales no corrientes	4.461	4.420	4.498
C) Pasivo corriente	14.575	20.682	15.822
II Provisiones a corto plazo	1.377	1.236	611
2. Otras provisiones	1.377	1.236	611
III Deudas a corto plazo	5.868	11.825	8.085
1. Obligaciones y otros valores negociables	n.d.	4.988	2.917
2. Deudas con entidades de crédito	744	981	134
3. Acreedores por arrendamiento financiero	84	88	82
V Acreedores comerciales y otras cuentas a pagar	7.330	7.621	7.126
1. Proveedores	5.028	4.794	4.081
a) Proveedores a largo plazo	n.d.	n.d.	n.d.
b) Proveedores a corto plazo	5.028	4.794	4.081
2. Proveedores, empresas del grupo y asociadas	n.d.	n.d.	n.d.
5. Pasivos por impuesto corriente	215	544	333
Total patrimonio neto y pasivo (A + B + C)	41.283	49.960	39.968

Ratios Informa (PGC 2007)	31/12/2023	31/12/2022	31/12/2021
Ratios de Equilibrio			
Fondo de Maniobra (€)	-2.117.000.000	-757.000.000	-4.170.000.000
Ratio de Fondo de Maniobra	-0,05	-0,02	-0,1
Ratio de Solidez	0,25	0,29	0,24
Periodo medio de Cobro (días)	57,68	58,6	72,29
Periodo medio de Pago (días)	110,97	73,77	95,62
Ratios de Liquidez			
Ratio de Liquidez (%)	85,48	96,34	73,64
Ratio de Liquidez Inmediata (%)	33,87	58,41	31,1
Ratios de Endeudamiento			
Ratio de Porcentaje de Endeudamiento (%)	40,02	52,85	41,2
Ratio de Coste medio de la Financiación Externa	0,04	0,01	0,01
Ratio de Cobertura del Servicio de la Deuda	13,38	157,17	54,88
Ratio de Cobertura de Intereses	2,44	9,55	10,29
Ratios Generales y de Actividad			
Ratio de Autofinanciación generada por las Ventas (%)	4,93	0,52	1,46
Ratio de Autofinanciación generada por los Activos (%)	2,99	0,34	0,75
Ratio de Punto Muerto	1,07	1,13	1,11
Ratio de Rotación de Activos	0,61	0,65	0,51
Rotación de Inventario (días)	45	33	31
Ratios de Resultados			
Rentabilidad Económica (ROA) (%)	3,98	7,38	4,89
Rentabilidad de Explotación (%)	8,27	10,69	8,72
Rentabilidad Financiera (ROE) (%)	14,64	39,86	27,74
EBIT y EBITDA			
EBIT	1.645.000.000	3.687.000.000	1.956.000.000
EBITDA	3.413.000.000	5.340.000.000	3.485.000.000

Balance/Estado de resultados			
Balance Consolidado 	31/12/2023	31/12/2022	31/12/2021
	mll EUR	mll EUR	mll EUR
	12 meses	12 meses	12 meses
Activo			
A) Activo no corriente		131.300	119.369
I Inmovilizado intangible	20.255	20.118	19.909
II Inmovilizado material	90.309	88.696	82.241
1. Terrenos y construcciones	4.534	4.452	4.110
2. Instalaciones técnicas y otro inmovilizado material	71.367	72.681	69.069
3. Inmovilizado en curso y anticipos	14.408	11.563	9.062
III Inversiones inmobiliarias	431	307	310
2. Construcciones	n.d.	n.d.	n.d.
IV Inversiones en empresas del grupo y asociadas a largo plazo	1.306	857	1.058
V Inversiones financieras a largo plazo	8.434	9.651	5.441
VI Activos por impuesto diferido	2.009	6.321	5.917
VII Deudas comerciales no corrientes	4.226	5.350	4.493
B) Activo corriente	23.063	23.367	22.383
I Activos no corrientes mantenidos para la venta	4.720	308	124
II Existencias	2.828	2.418	2.906
III Deudores comerciales y otras cuentas a cobrar	10.039	11.220	10.956
1. Clientes por ventas y prestaciones de servicios	7.732	8.216	6.849
b) Clientes por ventas y prestaciones de servicios a corto plazo	7.732	8.216	6.849
5. Activos por impuesto corriente	351	453	367
V Inversiones financieras a corto plazo	2.457	4.813	4.364
VII Efectivo y otros activos líquidos equivalentes	3.019	4.608	4.033
Total activo (A + B)	150.033	154.667	141.752

Pasivo			
A) Patrimonio neto	61.428	59.361	57.387
A-1) Fondos propios	45.800	44.194	42.711
I Capital	4.763	4.772	4.775
1. Capital escriturado	4.763	4.772	4.775
2. (Capital no exigido)	n.d.	n.d.	n.d.
II Prima de emisión	13.924	14.070	14.215
III Reservas	n.d.	n.d.	n.d.
IV (Acciones y participaciones en patrimonio propias)	-1.465	-1.756	-1.860
VII Resultado del ejercicio	4.803	4.339	3.885
A-2) Ajustes por cambios de valor	-2.689	-3.075	-2.232
IV Diferencia de conversión	-2.691	-2.143	-2.779
V Otros	2	-932	547
A-3) Subvenciones, donaciones y legados recibidos	1.136	1.247	1.261
B) Pasivo no corriente	60.533	66.467	60.011
I Provisiones a largo plazo	4.536	4.225	5.330
II Deudas a largo plazo	47.235	49.294	42.074
1. Obligaciones y otros valores negociables	8.624	9.571	8.808
2. Deudas con entidades de crédito	27.695	26.558	22.371
3. Acreedores por arrendamiento financiero	2.408	2.287	2.253
III Deudas con empresas del grupo y asociadas a largo plazo	n.d.	19	n.d.
IV Pasivos por impuesto diferido	7.379	11.682	11.364
VI Acreedores comerciales no corrientes	822	671	718
VII Deuda con características especiales a largo plazo	561	576	525
C) Pasivo corriente	28.072	28.839	24.354
I Pasivos vinculados con activos no corrientes mantenidos para la venta	1.097	27	n.d.
II Provisiones a corto plazo	920	922	789
2. Otras provisiones	920	922	789
III Deudas a corto plazo	17.112	18.585	15.233
1. Obligaciones y otros valores negociables	5.448	5.435	5.786
2. Deudas con entidades de crédito	6.511	5.023	4.198
3. Acreedores por arrendamiento financiero	184	151	158
IV Deudas con empresas del grupo y asociadas a corto plazo	77	92	n.d.
V Acreedores comerciales y otras cuentas a pagar	8.756	9.126	8.232
1. Proveedores	5.112	5.927	5.964
a) Proveedores a largo plazo	n.d.	n.d.	n.d.
b) Proveedores a corto plazo	5.112	5.927	5.964
5. Pasivos por impuesto corriente	332	156	227
VII Deuda con características especiales a corto plazo	110	87	100
Total patrimonio neto y pasivo (A + B + C)	150.033	154.667	141.752

Ratios Informa (PGC 2007)	31/12/2023	31/12/2022	31/12/2021
Ratios de Equilibrio			
Fondo de Maniobra (€)	-5.009.000.000	-5.472.000.000	-1.971.000.000
Ratio de Fondo de Maniobra	-0,03	-0,04	-0,01
Ratio de Solidez	0,36	0,34	0,36
Periodo medio de Cobro (días)	56,42	54,83	63,04
Periodo medio de Pago (días)	70,69	63,22	97,36
Ratios de Liquidez			
Ratio de Liquidez (%)	82,16	81,03	91,91
Ratio de Liquidez Inmediata (%)	19,51	32,67	34,48
Ratios de Endeudamiento			
Ratio de Porcentaje de Endeudamiento (%)	42,94	43,96	40,43
Ratio de Coste medio de la Financiación Externa	0,05	0,04	0,03
Ratio de Cobertura del Servicio de la Deuda	-40,54	118,24	94,57
Ratio de Cobertura de Intereses	2,63	2,97	4,43
Ratios Generales y de Actividad			
Ratio de Autofinanciación generada por las Ventas (%)	-3,22	1,07	1,55
Ratio de Autofinanciación generada por los Activos (%)	-1,06	0,37	0,43
Ratio de Punto Muerto	1,22	1,17	1,23
Ratio de Rotación de Activos	0,33	0,35	0,28
Rotación de Inventario (días)	39	26	47
Ratios de Resultados			
Rentabilidad Económica (ROA) (%)	5,98	5,16	5,18
Rentabilidad de Explotación (%)	9,12	8,19	8,14
Rentabilidad Financiera (ROE) (%)	15,34	14,24	14,75
EBIT y EBITDA			
EBIT	8.973.000.000	7.984.000.000	7.343.000.000
EBITDA	13.680.000.000	12.666.000.000	11.540.000.000