

# **RESPONSABILIDAD SOCIAL CORPORATIVA (RSC): ANÁLISIS EXPLORATORIO Y DESCRIPTIVO DE LAS PÁGINAS WEBS DE LOS PRINCIPALES BANCOS Y CAJAS DE AHORRO ESPAÑOLES**

Beatriz Palacios Florencio  
Assistant professor  
Pablo de Olavide University (Spain)  
Mail: [bpalacios@upo.es](mailto:bpalacios@upo.es)

Francisco Espasandin Bustelo  
Associate Professor  
University of Seville (Spain)  
Mail: [bustelo@us.es](mailto:bustelo@us.es)

Georg Michael Jeremias Dutschke  
Associate Professor  
Universidade Atlântica (Portugal)  
Mail: [dutschke@uatlantica.pt](mailto:dutschke@uatlantica.pt)

Julio García Del Junco  
Full Professor  
University of Seville (Spain)  
Mail: [deljunco@us.es](mailto:deljunco@us.es)

# **CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY (CSR): EXPLORATORY AND DESCRIPTIVE ANALYSIS OF THE WEBPAGES OF THE MAIN SPANISH BANKS AND SAVING BANKS**

## **ABSTRACT**

It has recently been observed how Corporate Social Responsibility (CSR) has an increasing impact and importance in our society. Part of such importance translates in the publication of a higher number of sustainability reports in Company websites and articles in university databases. This is the reason why we have decided to carry out a theoretical and practical research focused on the analysis of the evolution of the CSR concept, the stakeholders approach, the sustainable development, CSR in the bank world and CSR as a tool for the future. In order to corroborate the previous information a sample of 58 banks and 15 saving Banks which operate nationally has been used, mainly concluding that there are not enough banks which publish the sustainability reports in their websites, whereas all the Saving Banks do.

**KEYWORDS:** Corporate Social Responsibility, Savings, Banks, Websites.

## **SITUACIÓN DE LA RESPONSABILIDAD SOCIAL CORPORATIVA (RSC): ANÁLISIS EXPLORATORIO Y DESCRIPTIVO DE LOS PRINCIPALES BANCOS Y CAJAS DE AHORRO ESPAÑOLES**

## **RESUMEN**

En la actualidad se viene observando como el impacto y la importancia de la Responsabilidad Social Corporativa (RSC) está aumentando en la sociedad. Parte de esta importancia se traduce en los incrementos de publicación de memorias de sostenibilidad en las páginas webs de las empresas y en el incremento de artículos en las bases de datos de las universidades. Por este motivo hemos querido llevar a cabo un estudio tanto teórico como práctico donde analizar la evolución del concepto de RSC, el enfoque de los *stakeholders*, la teoría del desarrollo sostenible, la RSC en el sector bancario y la RSC como herramienta para el futuro. Para contrastar lo anteriormente dicho se ha utilizado una muestra de 58 bancos y 15 cajas de ahorro que operan en territorio nacional, obteniendo como resultado principal que no existe un elevado número de bancos que publiquen la memoria de sostenibilidad en sus páginas web mientras que la totalidad de las cajas de ahorro si lo hacen.

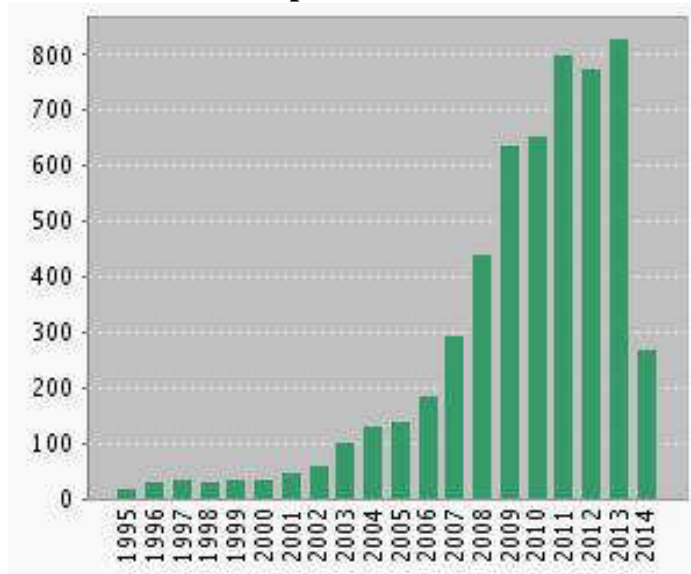
**PALABRAS CLAVES:** Responsabilidad Social Corporativa, Cajas de Ahorro, Bancos, Páginas web.

## 1. Introducción y objetivos

La Responsabilidad Social Corporativa (RSC) es un tema que está teniendo una importancia creciente en el ámbito tanto público como privado (De la Cuesta, 2006). Esto se observa en el aumento de publicaciones en revistas de elevado impacto así como en el número de asociaciones de empresas y profesionales de la RSC (Forética, comunicaRSE, accionaRSE, entre otras) cuyo objeto es promover la cultura de la gestión ética y la RSC dotando a las organizaciones de conocimientos y herramientas útiles para desarrollar un modelo de negocio competitivo y sostenible (Rosa *et al.*, 2012).

A continuación, el gráfico 1 refleja la evolución de las publicaciones de los artículos de RSC buscados en la base de datos ISI bajo el tópico Corporate Social Responsibility.

**Gráfico 1. Evolución de las publicaciones de los artículos de RSC**



**Fuente: ISI (2014)**

Observamos como el interés aumenta con los años provocando un impacto creciente en el número de publicaciones. En la base de datos también pudimos apreciar la tendencia por este contenido en diferentes ámbitos, especialmente en el sector negocio.

La empresa siempre ha sido vista como una institución cuyo objetivo era maximizar el valor para los accionistas (De la Cuesta, 2006). Ya lo decía Milton Friedman (1970) cuando en el artículo escrito para el *The New York Time* reflejaba que la única responsabilidad de la empresa era maximizar su valor en el mercado y el cumplimiento estricto de las normas. Pero cada vez son más voces de estudiosos de la materia, empresarios, trabajadores y políticos los que plantean la necesidad de la implicación de las empresas en la sociedad, viéndola como un objetivo esencial para las mismas (Sarro *et al.*, 2007).

Y si la Responsabilidad Social Corporativa es importante en cualquier sector, más lo es dentro del sector bancario, ya que está adquiriendo una gran relevancia dado que la actividad principal de las entidades bancarias influye de forma directa e indirecta en la sociedad (Sarro *et al.*, 2007) marcando quién accede al crédito y qué actividades se financian. Así, el sector financiero, es un sector pionero en cuanto a la incorporación de prácticas de RSC orientadas a la sostenibilidad. Precisamente por su influencia en el conjunto del sistema económico y social (CECA, 2008), dicho sector se antoja como uno de los más interesantes para su estudio en el sentido que estamos planteando.

Según el informe “La Responsabilidad Social Corporativa en España” elaborado en el 2007 por la Fundación Alternativas, el sector financiero afronta principalmente los siguientes desafíos éticos, sociales y medioambientales:

- la inclusión y alfabetización financiera.
- la incorporación de factores no financieros en la evaluación de riesgos.
- la inversión socialmente responsable

Por ello, en este contexto, y antes de analizar la importancia concreta de la responsabilidad social como elemento estratégico, tanto de las Cajas de Ahorro como de la Banca Comercial examinando sus páginas webs, vemos conveniente efectuar una brevísima revisión del concepto, así como de las teorías más relevantes de la RSC y su localización en el sector bancario.

## **2. Revisión de la literatura**

### ***2.1. Concepto de Responsabilidad Social Corporativa***

Antes de adentrarnos a definir la Responsabilidad Social Corporativa, aclararemos que tomaremos de forma indistinta el concepto de RSC y de Responsabilidad Social Empresarial (RSE).

No obstante, reconocemos que hay una sutil diferencia en el significado de la RSE y de la RSC en la medida en que distinguen entre la empresa y la corporación, entendiendo que ésta última incorpora a todas las organizaciones, empresariales o no, independiente de su tamaño, aunque para muchos autores ambas expresiones significan lo mismo (Lozano et al., 2005).

Hay que tener en cuenta que la RSC no tiene un único significado, es más, existen muchas definiciones de la misma que no llegan a ponerse de acuerdo. Tantos teóricos del tema como organismos e instituciones de ámbito nacional e internacional han abordado su estudio y elaborado distintas definiciones entre las que ahora reseñamos algunas.

Según Keith Davis (1960) la RSC es "las decisiones y las acciones tomadas por los empresarios que, al menos en parte, se encuentran más allá de su interés económico o técnico".

Según Lizcano (2002:193), es "asumir la esencia social de las organizaciones empresariales como conjunto de personas que interactúan en el marco de la sociedad, tanto desde un punto de vista de su propia composición elemental como desde la óptica de miembro integrante de un sistema social".

Para Rochlin (2005:31-38), “el objetivo de las empresas es contribuir a la construcción de una sociedad mejor y más sustentable, ya que los directivos están comprendiendo que no se trata de maximizar las utilidades de los accionistas si éstas se generan a costa de prácticas inadecuadas de negocios, de la degradación del medio ambiente o del uso de prácticas éticas cuestionables”. Por otro lado, afirma que este enfoque tiene algunas deficiencias: primero, en el caso más favorable, es un enfoque inmediateista con que las empresas sólo se dediquen a cumplir con las normas establecidas; en segundo lugar, y aquí está el mayor problema, es que las leyes, normas y estándares no sean iguales entre los distintos países y sectores, no basta con cumplir con ellas.

Server y Villalonga (2005:145) afirman que “se ha de considerar la RSC como ventaja competitiva de las empresas, la sociedad antes elegirá los productos ofertados por una empresa que sea responsable socialmente y que tenga como prioridad el cuidado del medioambiente que los productos de otra empresa que no tenga en cuenta todas estas medidas”.

Porto y Castromán (2006:67-87) sostienen que “ser socialmente responsable no significa limitarse a acatar las obligaciones jurídicas, sino que también es ir más allá de su cumplimiento invirtiendo más en capital humano, en el entorno y en las relaciones con los involucrados en las empresas”.

La Unión Europea (UE) define a la RSC como la contribución de las empresas al objetivo de alcanzar un desarrollo más sostenible. Concretamente, en el Libro Verde de la RSC publicado en 2001 para fomentarla a nivel europeo e internacional, la UE la define como “la integración voluntaria, por parte de las empresas de las preocupaciones sociales y medioambientales en sus operaciones comerciales y en sus relaciones con sus interlocutores”.

Como hemos comentado anteriormente, observamos que no existe consenso para marcar una definición única de RSC. En nuestro país conviene hacer mención a la definición del Foro de Expertos del Ministerio de Trabajo español (2007:7), que tiene el encargo parlamentario de elaborar un documento sobre RSC que oriente al Gobierno en las políticas que se puedan poner en marcha en materia de RSC. El objetivo y definición sobre RSC que propone es el siguiente: “La Responsabilidad Social de la Empresa es, además del cumplimiento estricto de las obligaciones legales vigentes, la integración voluntaria en su gobierno y gestión, en su estrategia, políticas y procedimientos, de las preocupaciones sociales, laborales, medio ambientales y de respeto a los derechos humanos que surgen de la relación y el diálogo transparente con sus grupos de interés, responsabilizándose así de las consecuencias y los impactos que se derivan de sus acciones”.

La última definición que proporcionamos y que a la vez consideramos importante de mencionar es la definida por De la Cuesta y Valor (2003:7), dos de las mayores expertas de la materia en España, “un conjunto de obligaciones y compromisos legales y éticos, nacionales e internacionales con los grupos de interés, que se derivan de los impactos que la actividad y operaciones de las organizaciones producen en el ámbito social, laboral, medioambiental y de los derechos humanos. La gestión de dicha Responsabilidad Social supone el reconocimiento e integración en la gestión y las operaciones de la organización de las preocupaciones sociales, laborales, medioambientales y de respeto a los derechos humanos, que generen políticas, estrategias y procedimientos que satisfagan dichas preocupaciones y configuren sus relaciones con sus interlocutores”.

Tras la revisión de la literatura podemos concluir que la RSC no es más que hacer bien las cosas, es decir, gestionar de una manera correcta las organizaciones pensando en todos aquellos que participan de alguna forma directa o indirectamente en esa organización.

## **2.2. Los grupos de interés o “Stakeholders”**

Desde mediados de los años ochenta este enfoque ha tenido mucha popularidad tanto en los teóricos del tema como en los prácticos de la empresa. Desde que aparecieron sus primeras definiciones este ha sido utilizado para describir las relaciones de la empresa con su entorno.

Existe una gran amplitud de definiciones para este concepto. Nosotros vamos a citar las tres más significativas según Navarro (2008).

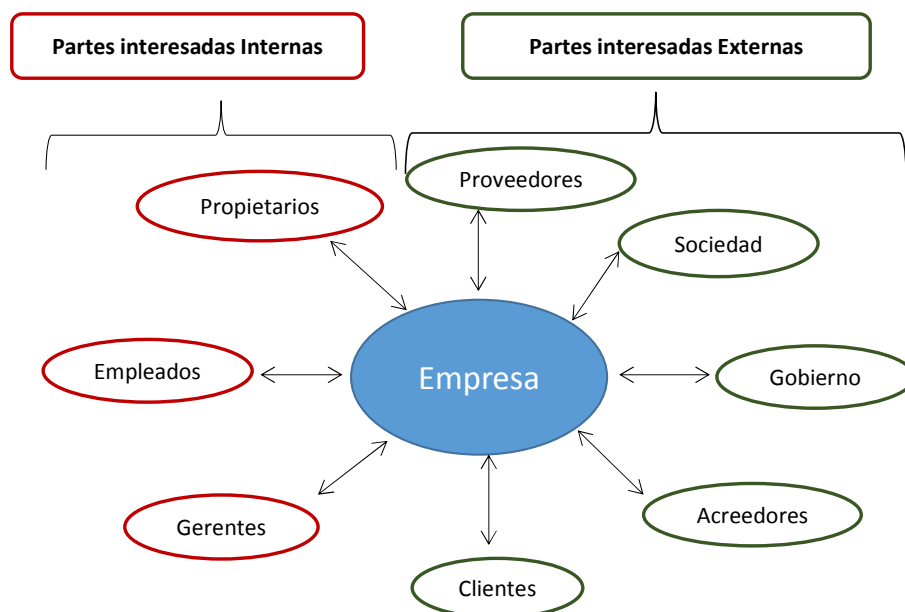
- Todos los grupos sin cuyo apoyo de la organización podría dejar de existir, lo que obliga a la empresa a no centrarse únicamente en los accionistas o *stockholders* (Institute Research Stanford; 1963).
- Cualquier grupo o individuo que puede afectar o ser afectado por el logro de los objetivos de la empresa” (Freeman, 1984).
- Aquellos hacia los que la empresa tiene cualquier obligación moral (De George; 1989).

Viendo estas definiciones se pone de manifiesto que hace referencia a dos enfoques de empresa:

- Enfoque “*stockholder*” o “*shareholder*”: se centra principalmente en los socios y accionistas, basándose en la teoría económico-empresarial neoclásica. Dicho enfoque justifica que cualquier acción que se haga va encaminada a incrementar el valor de la empresa.
- Enfoque *Stakeholder*: Este enfoque considera a todos aquellos individuos o grupos, ya sea por razones estratégicas o motivos de legitimidad moral, son fundamentales para el logro de los objetivos de la empresa.

A su vez podemos distinguir dos grandes grupos de *stakeholders* en función de su proximidad al núcleo de la empresa:

**Figura 1. Grupos de Stakeholders**



Fuente: Adaptado de Freeman (1984)

- Internos: Son los vinculados directamente con la empresa u organización, accionistas; socios, directivos, sindicatos, trabajadores, socios estratégicos, etc.
- Externos: Los restantes grupos de interés no vinculados orgánicamente a la empresa; autoridades, grupos de presión, ONG's, competidores, consumidores, etc.

### 2.3. Teoría del desarrollo sostenible

El modelo de empresa tradicional está cambiando. Antes, lo importante era crear valor para el accionista, mientras que ahora el nuevo modelo de empresa es de carácter más socioeconómico, poniendo con ello de manifiesto la importancia de la RSC. Lo que prima es crear valor ya no sólo para el accionista sino para los diferentes grupos de interés – *stakeholders*- (accionistas, acreedores, clientes, trabajadores y sociedad en general). Las empresas con este nuevo modelo son socialmente responsables, es decir, son aquellas que

durante su gestión toman en consideración las implicaciones sociales y medioambientales de sus actuaciones, además de considerar los intereses de sus *stakeholders*. Con ello contemplan el impacto de sus actuaciones en una triple dimensión: económica, social y medioambiental (Server y Villalonga, 2005).

-Responsabilidad Económica: esta responsabilidad hace que la empresa garantice el cumplimiento de los intereses a los propietarios (accionistas), que se ofrezcan precios competitivos mediante bienes y servicios de calidad a sus clientes, que no se abuse del poder de mercado con sus proveedores y, por último, que los salarios de sus empleados sean justos y posean beneficios sociales (De la Cuesta y Valor, 2003).

-Responsabilidad Socio-Cultural: hace referencia al respeto y cumplimiento de la legislación vigente, costumbres sociales y herencia cultural. Al igual que se fomenta la participación e implicación en la vida política y cultural (De la Cuesta y Valor, 2003).

- Responsabilidad Medioambiental: Ya que todas las acciones y decisiones que toma la empresa tienen consecuencias directas sobre el medio ambiente, es fundamental que se implique en ofrecer un desarrollo sostenible que garantice la satisfacción de las necesidades de hoy sin olvidar y dañar las de generaciones futuras (De la Cuesta y Valor, 2003).

Estas tres dimensiones (económica, socio-cultural y medioambiental) están interconectadas. Ese desarrollo sostenible del que hablábamos debe tener parte de cada una de ellas, aunque luego las empresas en el desarrollo particular de sus programas concretos de RSC destaquen las políticas que más demanden sus *stakeholders* o aquellas que consideren más efectivas.

Para llevar a cabo todo esto, en Europa se publicó a tal fin el Libro Verde de la Comisión de las Comunidades Europeas en 2001, donde se desarrolla y fomenta un marco sobre la responsabilidad social de las empresas. También existen diferentes principios y directrices reconocidas internacionalmente (OCDE, Pacto Mundial Naciones Unidas, ISO 26000, OIT...), que guían a las empresas para conseguir sus objetivos y fines respecto a la RSC. Siendo alguno de estos objetivos, garantizar como mínimo los derechos humanos y el empleo, luchar contra el fraude y la corrupción, participar en las comunidades locales y desarrollarlas, entre otros.

### **3. La Responsabilidad Social Corporativa y el sector bancario**

A pesar de ser escasa la literatura existente en este punto, la integración del concepto de RSC en el sector bancario se divide de manera prioritaria en dos direcciones (De la Cuesta, 2009).

La primera sería buscar la responsabilidad ambiental y social a través de su gestión interna, mediante iniciativas de carácter ambiental (mejoras de reciclaje en rendimiento energético...) e iniciativas socialmente responsables (patrocinio de actividades culturales, educativas, donaciones caritativas, mejora de recursos humanos...). Es en esta dirección de gestión interna donde se encuentran las actuaciones de la Obra Social y Cultural que realizan las cajas de ahorro (De la Cuesta, 2004).

Y la segunda, a través de la integración de la RSC en su propio negocio de intermediación bancaria y de inversión en los mercados financieros. Para ello, incorporan a su estrategia de negocio (diseño de productos, política de crédito e inversión...) consideraciones ambientales y sociales. Es en esta dirección donde integran productos de ahorro como pueden ser los fondos de inversión socialmente responsables, depósitos éticos o productos de crédito dirigidos a tecnologías innovadoras.

Una vez expuestas estas dos direcciones, es necesario determinar y establecer una serie de indicadores que evalúen si una entidad bancaria es o no socialmente responsable. Con estos parámetros se compara la gestión interna con el impacto de la actividad, con ciertos estándares entre sí, o con la media del sector. Con los resultados obtenidos se puede valorar

como actúa cada entidad en el contexto de la RSC. A su vez, sirve para que las propias organizaciones rediseñen sus políticas e informen a los grupos de interés sobre este ámbito.

Para esto, puede tomarse la adaptación que han desarrollado varias instituciones para el sector financiero. Destacan la Global Reporting Initiative (GRI) y la consultora E2 Management Consulting. En 1997, se desarrolló la GRI como iniciativa de la coalición de organizaciones no gubernamentales de los Estados Unidos (CERES) y economías medioambientales responsables y programa medioambiental de las Naciones Unidas. El objetivo principal era promover la calidad, el rigor y la utilidad de los informes o memorias de sostenibilidad.

Según un estudio realizado por la Universidad de Oviedo en el año 2014, tres de cada cuatro bancos europeos presentan problemas para acceder a sus webs. Dicho estudio se ha llevado a cabo analizando 49 bancos de la UE, siendo ocho de ellos españoles. El objetivo era comprobar si cualquiera de los usuarios tenía la misma posibilidad de acceso, incluyendo las personas con discapacidad. Los resultados obtenidos demuestran que esto no ocurre así en el 74% de los casos. Más concretamente, el porcentaje de bancos que cuenta con niveles adecuados de accesibilidad en sus webs es tan solo del 26% y, además, más del 36% presenta importantes problemas de acceso.

Javier De Andrés, uno de los autores de este estudio, señala que una de las consecuencias más importantes de ello es que las personas con discapacidad no pueden realizar operaciones de banca a través de Internet, viéndose obligados con frecuencia a acudir a la entidad.

Los autores del estudio consideran que existen tres factores implicados en una buena accesibilidad web. En primer lugar, el factor operacional; en segundo lugar, el tamaño (ya que los bancos más grandes cuentan con departamentos de tecnología de la información mayores, siendo así más competentes para aplicar dicha tecnología que los bancos más pequeños); y, en tercer lugar, la estrategia de Responsabilidad Social Corporativa. El uso de los bancos europeos de esta tecnología no parece estar relacionado ni con los factores operacionales ni con el tamaño según los datos del estudio y, en lo referente a la estrategia RSC, los que menos tienen en cuenta la RSC son los que presentan una mejor accesibilidad en sus webs. Según una de las autoras del estudio, la causa de ello puede deberse a que, quizás, los bancos menos comprometidos con la RSC intentan salvar este problema haciendo sus webs más accesibles.

#### **4. Metodología**

El estudio que vamos a realizar tiene como objetivo conocer la existencia de un apartado de RSC y de Obra Social (OS) en las respectivas webs de bancos y cajas de ahorro que operan en territorio nacional, así como la facilidad de llegada a dichos apartados. De acuerdo con Vargas et al, (2009) y O'neil et al., (2004), definimos como “fácil acceso” aquel que no precisa más de tres clics. Veremos también si las webs disponen de un buscador y la utilidad del mismo si te lleva o no al apartado de RSC. Por último, realizaremos un análisis de la memoria de RSC a aquellas entidades que dispongan de la misma, extrayendo información relativa a las dimensiones económicas, sociales y medioambientales, concepto de RSC, año de publicación, posibilidad de descarga, grupos de interés y las acciones llevadas a cabo para los clientes.

La técnica que emplearemos basada en el análisis de contenido es cada vez más utilizada debido a la mayor información textual procedente, sobre todo, de Internet.

La muestra elegida, según datos del Banco de España, es de 58 bancos y 15 cajas de ahorro los cuales operan en el territorio nacional. El tratamiento estadístico de los datos obtenidos se ha efectuado mediante un análisis descriptivo.



**Tabla 1. Relación de Bancos según sitios webs**

Allfunds Bank	Bankinter
Andbank España	Bankoa
Aresbank	Barclays
Banca March	BNP Paribas España
Banca Puyo	Caixabank
Banco Alcalá	Cecabank
Banco BBVA	Citibank España
Banco Caminos	Deutsche Bank
Banco Cetelem	Dexia Sabadell
Banco Cooperativo Español	EBN
Banco Albacete	Evo Banco
Banco España de Inversiones, Salamanca y Soria	General Electric Capital
Banco Depósitos	Kutxabank
Banco Madrid	NCG
Banco Etcheverría	Nuevo Micro Bank
Banco Sabadell	Open Bank
Banco Gallego	Banco Popular Banca Privada
Banco Cajatres	Privat Bank Degroof
Banco Industrial de Bilbao	RBC Investor Service España
Banco Inversis	Banco Sabadell Soldbank
Banco Mare Nostrum	Self Trade Bank
Banco Mediolanum	Targobank
Banco Occidental	UBS Bank
Banco Pastor	UNOE Bank
Banco Pichincha España	Banco Caixa General
Banco Popular Español	Banco Castilla La Mancha
Banco Santander	Banco Crédito Social
Bancofar	Liberbank
Bankia	Renta 4 Banco

Fuente: Elaboración propia

**Tabla 2. Relación de cajas de ahorro según sitios webs**

Caja Bilbao Bizcaia Kuxta	Caja Ontinyent
Caja Asturias	Caja Zaragoza, Aragón y Rioja
Caja Murcia	Caja Pensiones de Barcelona
Caja Santander Cantabria	Caja General de Granada
Caja Vitoria y Álava	Caja Colonya
Caja Extremadura	Caja Badajoz
Caja Guipúzcoa y San Sebastián	Unicaja
Caja Baleares (SA Nostra)	

Fuente: Elaboración propia

El análisis de páginas web, tratamiento de los datos obtenidos y análisis descriptivo fue llevado a cabo en abril de 2014.

## **5. Resultados**

Tras el acceso a las páginas web de bancos y cajas, revisión de las memorias de aquellos que la tuviesen y posterior tratamiento de los datos mediante el programa Excel, podemos extraer los siguientes resultados obtenidos tras el análisis de los mismos.

### **5.1. Apartado RSC, Obra Social, Facilidad de acceso y Buscador**

**Tabla 3 Existencia de apartado de RSC**

	Existencia de apartado de RSC		
	Si	No	Total
Bancos	36,2%	63,8%	100%
Cajas	53,3%	46,7%	100%

Fuente: elaboración propia

**Tabla 4. Existencia de apartado de Obra social**

	Existencia de apartado Obra Social		
	SI	No	Total
Bancos	8,1%	91,9%	100%
Cajas	100%	0%	100%

Fuente: elaboración propia

Como podemos observar en la tabla 3, una gran mayoría de las páginas webs de los bancos (63,8%) no disponen de un apartado de RSC, al contrario ocurre en las cajas de ahorro, algo más de la mitad de las cajas analizadas (53,3%) disponen de dicho apartado.

Respecto a la existencia de un apartado de obra social, como vemos en la tabla 4, solo el 8,1% de los bancos lo poseen. Como dato extra, y que llama bastante la atención, hay 3 bancos que disponen de Obra social y no disponen de apartado de RSC. Estos son: Renta 4 Banco, General Electric, Capital Bank y Privat Bank Degroof.

Por otro lado, y como es de esperar, todas las cajas disponen de apartado de obra social, ya que estas poseen un compromiso social, cuyo objetivo es ayudar, de ahí que el 100% de las cajas dispongan de este apartado.

Como podemos apreciar, hay una gran parte de entidades que no poseen apartado de RSC, el 63,8% de bancos y el 46,7% de cajas, por lo que ahora en las siguientes secciones vamos a centrarnos en aquellas que si lo poseen.

Para poder ver la facilidad de acceso vamos a establecer la siguiente norma: definimos “fácil acceso” a aquel que no precisa más de tres clics en diferentes enlaces para poder acceder a la información en pantalla y, definimos “difícil acceso” a aquellos casos en los que se precisa un mayor número de clics (O’Neil et al, 2004; Vargas et al, 2009).

**Tabla 5. Acceso a RSC y OS**

	Acceso a RSC				
	1 Clic	2 Clics	3 Clics	4 o más Clics	Total
Bancos	61,9%	28,6%	0%	9,5%	100%
Cajas	100%	0%	0%	0%	100%
	Acceso a OS				
	1 Clic	2 Clics	3 Clics	4 o más Clics	Total
Bancos	75%	25%	0%	0%	100%
Cajas	100%	0%	0%	0%	100%

Fuente: elaboración propia

Observando la tabla 5, llama la atención que se puede acceder de forma directa (un solo clic) a los apartados de RSC y OS de las páginas web de las cajas de ahorro. Por el contrario, en los bancos no es totalmente así, algo más de la mitad (61,9%) poseen un acceso directo a la RSC, un poco menos de un tercio requieren dos clics y un 9,5% requieren cuatro o más, que serían de difícil acceso. En el acceso a la OS, como ya vimos antes, de los pocos que habían que tenían dicho apartado, el 75% son acceso directo y las restantes no requieren más de dos clics, en general son de fácil acceso.

**Tabla 6. Existencia de buscador en la página web**

Buscador	No tienen	Si tienen	Te llevan a la RSC	No te llevan a la RSC
Bancos	28,6%	71,4%	33,3%	66,7%
Cajas	12,5%	87,5%	14,3%	85,7%

Fuente: elaboración propia

En cuanto al acceso a la sección de RSC a través del buscador de la página (tabla 6), los bancos y las cajas en mayor medida poseen altos porcentajes de inclusión de buscadores en sus páginas webs. Sin embargo, a raíz de los resultados obtenidos, la utilidad del mismo es cuestionable, ya que tanto en las cajas como en los bancos, en este último, ligeramente mejor, no cumple con la función que podría esperarse y no nos lleva a la información que nosotros necesitamos.

## 5.2. Memoria de RSC y descarga en pdf

Si bien antes delimitábamos nuestro estudio a aquellas entidades que disponían de apartado de RSC, una vez veamos qué porcentaje de bancos y cajas disponen de memoria de RSC, para los puntos posteriores no centramos en aquellas entidades las cuales si dispongan de memoria disponible en su página web.

**Tabla 7. Existencia de memoria RSC**

Existencia de memoria	Bancos	Cajas
Si	71,4%	100%
No	28,6%	0%

Fuente: elaboración propia

Como podemos apreciar, todas las cajas de ahorro que poseen un apartado de RSC en su página web tienen memoria de RSC. No podemos decir lo mismo de los bancos, hay un 28,6% que no tienen memoria de RSC en su página web. Aunque esto no implica que no se haya redactado, es bastante extraño que no hagan referencia a la misma si la tuvieran, haciéndose plantear dudas razonables de su existencia.

**Tabla 8. Descarga de Memoria en PDF**

Posibilidad de descarga	Bancos	Cajas
Si	66,7%	50%
No	33,3%	50%

Fuente: elaboración propia

En lo referente a la descarga de la memoria a través de la opción “pdf”, en la mitad de las cajas de ahorros no es posible, mientras que en los bancos algo más de la mitad de ellos si lo es.

Para terminar, resulta interesante destacar que la mayoría de cajas de ahorros y bancos (73,9%) tienden a realizar una verificación externa de sus memorias mediante la Global Reporting Initiative (GRI), la cual establece las directrices que ha de guiar la elaboración de los informes. Los restantes bancos y cajas se reparten al cincuenta por ciento los que no hacen nada y los que lo verifican con otras entidades como Dow Jones Sustainability Index (DJS), FTSE4Good y Advanced Sustainable Performance Indexs (ASPI).

### **5.3. Año de publicación de la memoria de RSC**

En relación con los bancos, el año donde más memorias de RSC aparecen es en el 2012 con un 54,3 %. Como ya comentábamos anteriormente, no significa que no hubiera de años anteriores, pero de haberlas parece extraño que no las publiquen en sus páginas web. En los restantes bancos, los porcentajes se reparten a partes iguales entre los años 2005, 2013 y 2014, salvo un porcentaje muy pequeño (6,7%) que empezaron a publicar sus memorias en el año 2002.

Con las cajas de ahorro, los resultados son algo más contundentes, al igual que los bancos, en el año 2012 nos encontramos con el 75% de las cajas. Como vemos, es el año con más afluencia de publicaciones. El porcentaje restante se reparte en la misma proporción entre los años 2005 y 2007.

### **5.4. Concepto de RSC**

Son muy pocas entidades las que definen su propia Responsabilidad Social Corporativa. Entre aquellas entidades que si lo hacen, comenzamos con las cajas de ahorro. Un 37,5% entienden la Responsabilidad Social Corporativa como una herramienta para la competitividad con una visión a medio y largo plazo, clave para una comunicación integral de la entidad, con una visión completa de la misma y que vincule la cuenta de resultados o la eficacia de los resultados con el ejercicio de RSC.

En el caso de los bancos son todavía menos, solo un 13,3 % entienden que ser sostenible implica desempeñar su actividad favoreciendo el avance económico y social de las comunidades en las que está presente, teniendo en cuenta su impacto en el medio ambiente y fomentando las relaciones estables con sus principales grupos de interés.

**Tabla 9. Relación de definiciones más significativas aportadas por bancos y cajas**

BANCOS
Desempeño de su actividad empresarial contribuyendo al progreso económico y social de las comunidades y teniendo en cuenta su impacto en el medio ambiente.
Como una herramienta para la competitividad con una visión a medio y largo plazo, clave para una comunicación integral de la entidad, con una visión completa de la misma y que vincule la cuenta de resultados o la eficacia de los resultados con el ejercicio de RSC.
Aportar las mejores soluciones a sus clientes, un crecimiento rentable a sus accionistas y al conjunto de las sociedades donde opera la empresa
CAJAS
Puesta en marcha de políticas y sistemas de gestión en los ámbitos financiero, social y medioambiental, de canales de comunicación para el diálogo y la apertura al escrutinio

exterior de las acciones y actuaciones de la entidad en sus más diversas facetas.
Herramienta competitiva con una visión a medio y largo plazo para una comunicación integral de la entidad.
Impulso del desarrollo económico y social de su entorno mediante acciones directas de mecenazgo.

Fuente: Elaboración propia

### 5.5. Dimensiones de la RSC: Entorno económico, social y medioambiental.

**Tabla 10. Existencia de apartados de las dimensiones económicas, sociales y medioambientales**

	Si		No		Sin Claridad		Total	
	Bancos	Cajas	Bancos	Cajas	Bancos	Cajas	Bancos	Cajas
E. Económico	60%	50%	6,7%	12,5%	33,3%	37,5%	100%	100%
E. Social	66,7%	12,5%	6,7%	0%	26,6%	87,5%	100%	100%
E. Medio Ambiental	66,7%	12,5%	13,3%	0%	20%	87,5%	100%	100%

Fuente: elaboración propia

Si comparamos el entorno económico entre los bancos y las cajas, podemos ver que no existen diferencias significativas entre ellos. Sin embargo, vemos que el porcentaje de bancos que sí reflejan con claridad los aspectos financieros es ligeramente superior al de las cajas. Esto quizás pueda deberse a la actividad económica de los bancos. En referencia a los demás datos, como no reflejar las dimensiones económicas y estar reflejados sin claridad, no hay mucha desigualdad entre bancos y cajas.

Si continuamos con el análisis de los entornos sociales y medioambientales, resulta sorprendente ver que los bancos con un 66,7% están más implicados en reflejar la información claramente a diferencia de las cajas. Sin embargo, las cajas en cierta medida todas reflejan estas dos dimensiones, un pequeño porcentaje lo hace claramente, un 12,5%, y el porcentaje restante de cajas no ha reflejado tan claramente estas dimensiones. De bancos existe un pequeño porcentaje que no reflejan estas dos dimensiones social y medio ambiental y alrededor del 26% y 20%, respectivamente, no lo reflejan tan claramente.

### 5.6. Stakeholders internos y externos

Como ya explicamos anteriormente en el apartado 2.1, atendiendo a la clasificación de estos, internos o externos, hemos identificado como internos; accionistas, clientes, proveedores y empleados. Como externos; sociedad, medio ambiente, ONG's y administración pública.

Seguidamente mostramos una tabla resumen de aquellos bancos y cajas que muestran en sus informes un apartado dedicado a los grupos de interés o *stakeholders*. Un total de 8 cajas de ahorro y 15 bancos.

**Tabla 11. Existencia de Stakeholders externos e internos**

	Internos			
	Accionistas	Clientes	Proveedores	Empleados
Banco	8	15	13	13
Caja	8	8	7	5
	Externos			
	Sociedad	Medio Ambiente	ONG's	Administración Pública
Banco	11	9	1	2
Caja	5	2	0	3

Fuente: elaboración propia

Como demuestra la tabla 11, en referencia a los *stakeholders* internos, prácticamente la totalidad de bancos incluyen en sus memorias a los clientes, proveedores y empleados. A los accionistas les suelen dedicar un apartado algo más de la mitad de los bancos.

Con las cajas de ahorro, respecto a los clientes y proveedores ocurre lo mismo que en los bancos. No tanto es así hacia los empleados, que no todas lo incluyen en sus memorias. A diferencia de los bancos, todas las cajas si incluyen un apartado dedicado a los accionistas en sus memorias.

Centrándonos en los *stakeholders* externos, observamos similitudes entre bancos y cajas de ahorro con respecto a las ONG's y administraciones públicas que apenas les dedican un apartado. Por último, en cuanto a la sociedad y el medio ambiente, algo más de la mitad de los bancos los tienen en cuenta. Las cajas de ahorro, a la sociedad más de la mitad le dedican un apartado, sin embargo, al medio ambiente solo son dos cajas las que lo tienen en cuenta.

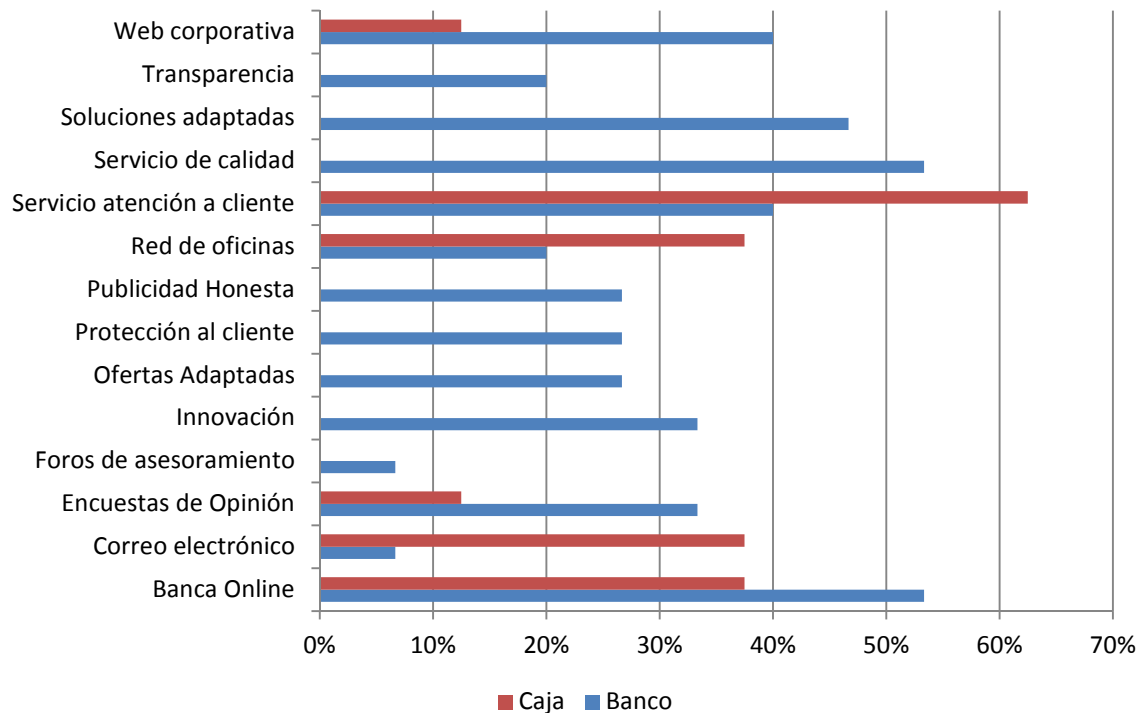
En definitiva, a la vista de estos datos, tanto bancos como cajas, dan más importancia a los *stakeholders* internos, dejando a los *stakeholders* externos en un segundo plano.

### **6.7. Acciones de RSC realizadas a los clientes**

El último apartado que vamos a tratar son las acciones realizadas por los bancos y las cajas hacia los clientes para tratar de conseguir su fidelización y confianza.

Los porcentajes calculados han sido obtenidos de los bancos y cajas de los cuales teníamos información sobre las acciones realizadas a los clientes.

### **Gráfico 2. Acciones de RSC realizadas a los clientes**



Fuente: elaboración propia

A la vista de los datos obtenidos en el gráfico 2, podemos observar como los bancos dan más importancia a los clientes ofreciendo una amplia lista de servicios. Uno de los motivos por el cual las cajas no tengan esa amplia gama de servicios puede estar provocado por la gran desaparición y fusiones de cajas como consecuencia de la crisis.

Por otro lado, las cajas se centran mayoritariamente en el servicio de atención al cliente, tener una aceptable red de oficinas, banca online y correo electrónico. Los bancos, por su parte, se centran más, al igual que las cajas, en el servicio de atención al cliente y banca online. También los bancos proporcionan soluciones adaptadas según el cliente y problema que tenga, ofrecen servicios de calidad, disponen de una web corporativa y realizan encuestas de opinión a los clientes para poder mejorar el servicio.

## **6. Conclusiones**

La RSC es un tema que está cobrando mucha importancia en los últimos años, no se trata de una moda pasajera. La sociedad cada vez es más exigente con las empresas, como agente económico puede contribuir a mejorar la calidad de vida de la población donde trabajen. Por otra parte, existen otros retos como son conseguir la equidad social y un equilibrio ecológico. Internet es una herramienta muy poderosa para las empresas y cada vez más de vital importancia su utilización, permitiendo a los grupos de interés conocer no solo información sobre ella, sino cómo actúa y cómo se comporta en todas sus vertientes.

Existe bastante literatura que versa sobre este tema, multitud de definiciones las cuales no terminan de ponerse de acuerdo en un único concepto. Existen tantas definiciones como autores. A pesar de que se realizan esfuerzos por unificar el concepto no existen unas normas internacionales que así lo digan.

Respecto a la RSC y sector bancario sin duda se ve claramente afectado por la situación de crisis actual. El sector financiero es importante para el funcionamiento de la economía, las entidades financieras permiten la canalización de los recursos económicos hacia las

actividades más productivas, lo que hace generar mayores niveles de productividad, empleo, crecimiento económico y bienestar social, de ahí la importancia de sus políticas de RSC. Aunque como comentábamos anteriormente, la crisis está afectando duramente a este sector y hace muy sensible cualquier acción. Se le hace responsable de la recesión económica, de ahí que se haya perdido credibilidad y confianza.

Por último, tras nuestro análisis empírico realizado sobre bancos y cajas de ahorro podemos extraer las siguientes consideraciones. Tanto bancos y cajas (en menor medida), la mayor parte de estos no integran la RSC en sus relaciones con sus grupos de interés. De las que en sus páginas webs sí disponen de un apartado de RSC, el acceso a estos apartados de forma mayoritaria es de fácil acceso (menos de tres clic's), aunque si bien el buscador que poseen es prácticamente inservible ya que apenas hay páginas que a través del buscador te lleven a dicho apartado.

De los bancos y cajas que tienen apartado de RSC, destacamos que la mayor parte de los bancos poseen memoria de RSC y las cajas todas disponen. La mitad de estas ofrecen la posibilidad de descargar la memoria, al igual que algo más de la mitad de los bancos. También destacar que la mayoría de las memorias vienen auditadas externamente con el indicador GRI para asegurar la calidad de estas.

Analizando las memorias, la definición de RSC a la que los bancos hacen referencia está más orientada, enfocada, hacia los grupos de interés, mientras que las cajas la definen más como herramienta para competir. En referencia a las dimensiones de la RSC, un número aceptable de bancos desarrollan de manera uniforme tanto la dimensión medioambiental, social como la económica. Sin embargo, las cajas, por extraño que parezca, los resultados reflejan que desarrollan con más ahínco la dimensión financiera que podría ser propio de los bancos por la actividad que desarrollan. Parece ser que las numerosas fusiones de cajas transformándose en bancos se han dejado notar por estos y se han preocupado por los aspectos sociales y medioambientales como demanda la sociedad actual.

Para finalizar, terminaremos con las acciones que las entidades realizan con sus grupos de interés más importantes, "los clientes". Mayoritariamente se centran en ofrecer servicios de atención al cliente, servicios de calidad y la banca online, aprovechando cada vez más el tirón y la importancia que está tomando Internet en la sociedad.

## **7. Limitaciones y Futuras líneas de investigación**

Con respecto a las limitaciones, dicho trabajo no se encuentra exento de ellas. La primera restricción que nos encontramos es la referida a la muestra, que a pesar de seleccionar todos los bancos y cajas de ahorros ubicados en el territorio español, la misma es escasa. Una segunda limitación tiene que ver con el horizonte temporal de la búsqueda, que nos ha llevado a realizar un estudio transversal. Y, por último, otra limitación se deriva del estudio exploratorio y descriptivo.

En cuanto a las líneas futuras de investigación, sería interesante llevar a cabo un estudio longitudinal de la evolución de la RSC en el sistema financiero español incluyendo los momentos antes y después de las fusiones de los distintos bancos y cajas de ahorro. Además sería conveniente realizar un estudio comparativo entre España y otro país europeo de gran índole en sistema financiero como puede ser Reino Unido o Alemania.

## **8. Bibliografía**

De George, R.T. (1989). *Business Ethics*. New Jersey: Prentice-Hall.



- De la Cuesta González, M. y Valor Martínez, C. (2003). Responsabilidad Social de la Empresa: Concepto, Medición y Desarrollo en España. *Boletín Económico ICE*, 2755, 7 – 20.
- De La Cuesta, M. (2004). La Responsabilidad Social en el Sector Bancario: una propuesta de indicadores para medir su contribución social. *Cuadernos de Información Económica*, 180, 79-85.
- De La Cuesta, M. (2006). Responsabilidad Social del Sector Bancario. Su contribución a un desarrollo más sostenible. *Papeles de Economía Española*, 108, 173-190.
- Freeman, R.E. (1984). *Strategic Management. A Stakeholder Approach*, Toronto: Pitman.
- Friedman, M. (1970). The social responsibility of business is to increase its profits. *The New York Times Magazines*, 13 de Septiembre.
- Keith, D. (1960). En Comunidad autónoma de la Región de Murcia. (2014). *Qué es la Responsabilidad Social Corporativa?*. Recuperado de [http://www.carm.es/web/servlet/pagina?IDCONTENIDO=24376&IDTIPO=11&RASTRO=c2126\$m34201]
- Lizcano, J.L. (2002). Confianza en los mercados y responsabilidad social corporativa. *Dirección y Progreso*, 184.
- Lozano, J. Albareda, I. y Ysa, T. (2005). *Los gobiernos y la Responsabilidad Social de las Empresas: Políticas públicas más allá de la regulación y la voluntariedad*. Barcelona: Gramia
- Ministerio de Trabajo y asuntos Sociales. (2007). *Informe del foro de expertos en RSE*. Recuperado de [http://www.caritasto.com/INFORME\_FOROEXPERTOS\_RSE.pdf]
- Navarro, F. (2008). *Responsabilidad Social Corporativa: Teórica y Práctica*. Madrid: Esic Editorial, 71-88.
- O’Neil, C., Fisher, C., y Newbold, S. (2004). Developing an online course: Best practices for nurse educators. New York, New York: Springer Publishing Co., Inc.
- Porto, N. y Castromán, J. (2006). Responsabilidad social: un análisis de la situación actual en México y España. *Contaduría y Administración Fca-UNAM*, 220, 67-87.
- Rochlin, S. (2005). Llevar la responsabilidad corporativa al ADN de su empresa. *Harvard Business Review*, 83(8), 31-38.
- Rosa, I.M., Castellanos, M. y Palacios, B. (2013). “Corporate Responsibility in the touristic area and its influence on customer trust”. *Environmental Engineering and Management Journal*. 12(10), 1953-1960.
- Sarro, M.M., Cuesta, P., y Penelas, A. (2007). La responsabilidad social corporativa (RSC) una orientación emergente en la gestión de las entidades bancarias españolas. *Conocimiento, Innovación y Emprendedores: Camino al futuro*. 1928- 1942
- Server, R. y Villalonga, I. (2005). La Responsabilidad social corporativa y su gestión integrada. *Revista de economía pública, social y cooperativa*, 53, 137-161.
- Unión Europea (2001). *Libro Verde*. Fomentar un marco europeo para la responsabilidad social de las empresas, 7.
- Vargas, A.M., Rodríguez, B. y Montes, M.P. (2009). Análisis de contenido de las webs de las compañías aéreas: acciones de responsabilidad social corporativa. XXIII Congreso de European Academy of Management and Business Economics (AEDEM).
- Confederación Española de Cajas de Ahorro (CECA). (2008). Las cajas de ahorros ocupan una posición de liderazgo en el compromiso empresarial con la sostenibilidad.
- Fundación Alternativas (2011). Disponible en: [www.falternativas.org](http://www.falternativas.org) Consultado el 28 de mayo de 2012.