



Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales

Universidad de León

Grado en Administración y Dirección de Empresas

Curso 2011/12

IMPACTO Y PERCEPCIÓN DE LA RESPONSABILIDAD
SOCIAL CORPORATIVA (RSC):
ANÁLISIS DEL SECTOR FINANCIERO EN ESPAÑA

THE IMPACT AND PERCEPTION OF CORPORATE
SOCIAL RESPONSIBILITY (CSR):
FINANCIAL SECTOR ANALYSIS IN SPAIN

Realizado por el alumno D. María Teresa González Fernández

Tutelado por el Profesor D. Pablo Gutiérrez Rodríguez

León, 29 de junio 2012.

ÍNDICE DE CONTENIDOS

	Páginas
RESUMEN	4
PARTE I	
INTRODUCCIÓN, OBJETIVOS Y METODOLOGÍA	
A. INTRODUCCIÓN	7
B. OBJETIVOS	9
C. METODOLOGÍA	11
PARTE II	
LA RSC, EL SECTOR FINANCIERO Y LA RSC EN EL SECTOR FINANCIERO	
Capítulo 1. LA RESPONSABILIDAD SOCIAL CORPORATIVA	13
1.1. Introducción	13
1.2. Antecedentes de la RSC	14
1.3. Concepto y dimensiones de la RSC	16
1.4. Nuevo marco económico y marco normativo	22
1.5. Evolución de la RSC y situación actual	29

	Páginas
Capítulo 2. EL SECTOR FINANCIERO COMO MARCO DE SITUACIÓN	43
2.1. Introducción	43
2.2. Qué se entiende por sector financiero	43
2.3. El sector financiero español analizado en el contexto europeo e internacional	44
Capítulo 3. LA RSC EN EL SECTOR FINANCIERO	49
3.1. Introducción	49
3.2. La RSC en el sector financiero	49
3.3. Impacto de la RSC del sector financiero español	53
3.4. Percepción de la RSC del sector financiero español	67
3.5. Visión general de la RSC del sector financiero español	68
 PARTE III 	
PRINCIPALES RESULTADOS Y CONCLUSIONES	
CONCLUSIONES	70
BIBLIOGRAFÍA	75

ÍNDICE DE TABLAS

	<u>Páginas</u>
Tabla 3.1. Inversión en RSC del BBVA año 2011	57
Tabla 3.2. Inversión en RSC del Banco Santander año 2011	60
Tabla 3.3. Evolución del nº de universidades con convenio B.Santander	62
Tabla 3.4. Evolución inversión B.Santander en la comunidad (millones €)	63

ÍNDICE DE FIGURAS

	<u>Páginas</u>
Figura 1.1. Pirámide de la responsabilidad social de la empresa	17
Figura 1.2. Factores que influyen en las decisiones sobre RSC en la empresa	20
Figura 1.3. La RSC como un nuevo modelo de gestión	29
Figura 3.1. Desafíos medioambientales, sociales y de gobierno corporativo del sector financiero	52
Figura 3.2. Aspectos considerados en los informes de sostenibilidad de las entidades financieras	54

ÍNDICE DE GRÁFICOS

	<u>Páginas</u>
Gráfico 1.1. Conocimiento de la RSC	33
Gráfico 1.2. Evolución de la nitidez de RSC por tamaño de empresa	34
Gráfico 1.3. Qué es la RSC	35
Gráfico 1.4. Puntuación media empresa socialmente responsable	36
Gráfico 1.5. Grado de acuerdo de los stakeholders con que en España las empresas no prestan suficiente atención a la RSC	37
Gráfico 1.6. Grado de acuerdo de stakeholders con que el impulso por promover la RSC ha tenido un impacto mínimo	38
Gráfico 1.7. Evolución de la responsabilidad de las compañías españolas	39
Gráfico 1.8. Abandono de las actividades de RSC	41

RESUMEN

La responsabilidad social corporativa (RSC) ha adquirido una extraordinaria actualidad en los últimos años, tanto en el entorno académico como en el mundo empresarial. En este trabajo se pretende ofrecer una visión clara del concepto de RSC, de su evolución y de cómo las empresas están asumiendo su responsabilidad social.

La actual crisis económica, iniciada en 2007-2008, está afectando a los mercados mundiales y se acusa al sector financiero de ser el principal causante de la situación. El presente estudio recoge una revisión del sector financiero, analizando sus componentes, su labor de intermediación y la profunda transformación que ha tenido en los últimos años, centrando el análisis en el marco español.

El sector financiero tiene una gran incidencia en el desarrollo social y económico, y en este trabajo se analiza el impacto que provocan en la sociedad las prácticas de RSC de las entidades financieras (analizando datos reales del Grupo BBVA y Grupo Santander) y la percepción por parte de los ‘grupos de interés’ de estas acciones.

Palabras clave: responsabilidad social corporativa, crisis económica, sector financiero, impacto de la RSC en la sociedad, percepción de los ‘grupos de interés’.

ABSTRACT

Corporate social responsibility (CSR) has acquired extraordinary news in recent years, both in academia and in the business world. This paper aims to provide a clear view of the CSR concept, its evolution and how companies are taking their social responsibility. The current economic crisis, which began in 2007-2008, is affecting global markets and financial sector is accused of being the main cause of the situation. This study includes a review of the financial sector, analyzing its components, intermediary role and the profound transformation that has taken in recent years, focusing the analysis on the Spanish framework.

The financial sector has a major impact on social and economic development, and in this paper analyzes the impact they have on society CSR practices of financial institutions (analyzing actual data of BBVA and Santander) and the perception part of the 'stakeholders' of these actions.

Key words: corporate social responsibility, economic crisis, financial sector, impact of CSR in society, perception of 'stakeholders'

PARTE I

INTRODUCCIÓN, OBJETIVO Y METODOLOGÍA

A. INTRODUCCIÓN.

En los últimos años, las prácticas responsables de las empresas están adquiriendo gran importancia, tanto desde el punto de vista de la propia empresa como desde la perspectiva de los denominados ‘grupos de interés’ (consumidores, accionistas, gobiernos y la sociedad en general).

La responsabilidad social corporativa (RSC) aparece con gran frecuencia en la prensa económica, en estudios académicos y en los informes corporativos de las principales empresas de diversos sectores. Ha pasado a formar parte de la actividad cotidiana de muchas empresas, aportándoles ventajas competitivas en el mercado. Existe gran variedad de estas prácticas: desde las empresas que las aplican de forma integral a las que lo hacen de forma parcial, desde las que son reales a las que son básicamente apariencia, desde las que tienen gran impacto a las que provocan un impacto dudoso.

La presente crisis económica y financiera ha puesto a prueba la legitimidad y efectividad de las prácticas de RSC, diferenciando las que son reales de aquellas que eran mera publicidad. Por otra parte, la crisis también ha obligado a cambiar las prioridades de las empresas, y en algunos casos a recortar o abandonar los presupuestos destinados a RSC, cuando el momento requeriría todo lo contrario, con un mayor esfuerzo para atenuar el impacto de la crisis y contribuir a la recuperación.

La crisis económica y financiera ha sido en gran medida una crisis de responsabilidad, y podrían ser las prácticas responsables de las empresas, con el apoyo de los gobiernos, las que permitan mitigar el impacto de la crisis y ayudar a superarla.

La reputación del sector financiero ha sido puesta en entredicho y ha generado la desconfianza de la sociedad.

En la actualidad, se ha producido una redefinición de la relación entre empresa y sociedad. Las empresas no deben buscar únicamente la generación de valor para sus accionistas, sino que tienen que asumir sus responsabilidades frente a los denominados ‘grupos de interés’ (stakeholders).

Y esta visión de RSC de la empresa cobra especial importancia en las entidades financieras, debido a la naturaleza cuasi pública de los servicios que producen y por su impacto en el desarrollo económico de los países en que operan. La percepción por parte de estos 'grupos de interés' de las prácticas de RSC puede afectar a la imagen y reputación de las entidades, siendo fuente de ventaja competitiva.

Por otra parte, el financiero es uno de los sectores de actividad pioneros en la incorporación de políticas y prácticas de RSC orientadas a la sostenibilidad. Por su influencia en el conjunto del sistema económico y por el conjunto de experiencias y acciones en esta materia, el sector financiero es uno de los más interesantes para su estudio.

Responsabilidad social corporativa, sector financiero como posible desencadenante de la actual crisis económica y las prácticas de RSC en dicho sector financiero, son temas de actualidad y gran repercusión en la economía y en la sociedad en su conjunto.

En el presente trabajo se pretende realizar un análisis de todos ellos.

B. OBJETIVOS.

El objetivo principal es analizar en qué grado está implantada la RSC en la sociedad española y concretamente en el sector financiero, partiendo de la hipótesis de que su concepto y fundamentos son actualmente equívocos y en muchos casos se utiliza más como una estrategia de marketing que como una gestión responsable real.

Como objetivos secundarios, cabe resaltar los siguientes:

Explorar los antecedentes y el origen del concepto de RSC, indagando en las causas y escenarios que propiciaron su aparición, y si se corresponde con lo que hoy entendemos como tal.

Realizar una revisión bibliográfica del concepto de RSC, valorando las aportaciones de diversos autores y comparando las semejanzas y divergencias en sus postulados.

Partiendo de la premisa de que la RSC tiene carácter voluntario, se pretende averiguar si existe un marco normativo que regule las prácticas de RSC o si únicamente existen instituciones (a nivel nacional e internacional) que dictan guías de uso opcional para las instituciones y empresas.

Analizar la evolución de la RSC a lo largo de los años y su situación actual a través de informes como el de Fundación Alternativas, Forética, etc.,

Se pretende mostrar cómo la responsabilidad social está relacionada con el comportamiento ético de las empresas y cómo puede entrar en conflicto con la tradicional búsqueda del máximo beneficio.

Dado que el actual escenario económico está marcado por una profunda crisis, investigar si las inversiones en RSC han sufrido un decremento.

Analizar el sector financiero español como marco de situación, haciendo especial hincapié en las reformas financieras de los últimos años, fruto de la mencionada crisis.

Investigar qué prácticas de RSC implementan las entidades financieras, y si sus características difieren de las de otro tipo de sector.

Comparar las cifras que destinan a RSC las grandes entidades (en concreto el Grupo BBVA y Grupo Santander) revisando la información que facilitan a través de sus informes anuales.

Intentar valorar el impacto social de las inversiones en RSC de estas dos entidades, a través de cifras reales y concretas.

Considerar si la inversión en RSC de estas dos grandes entidades ha tenido una evolución positiva a lo largo de los años, o bien ha sufrido recortes por diversas casuísticas.

Averiguar cuál es la percepción que tiene la sociedad de la RSC de las entidades financieras: si consideran que realizan inversiones que aportan valor a la ciudadanía o entienden que sólo buscan mejorar su imagen para lograr un mayor beneficio.

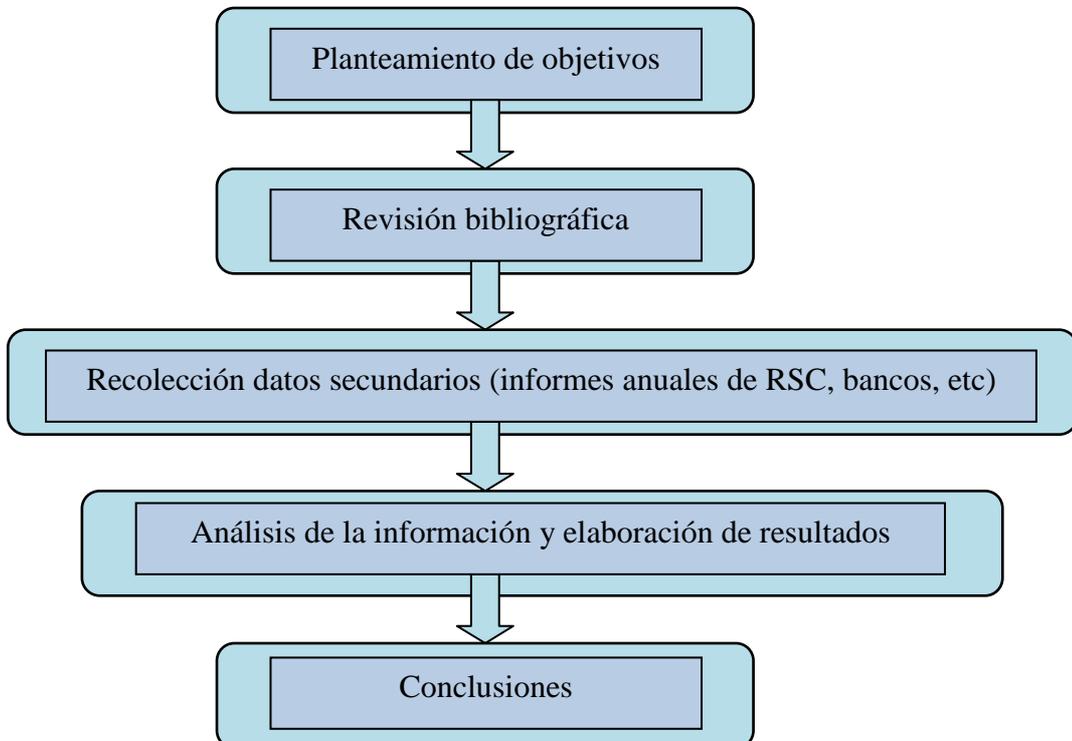
Valorar cual será el futuro de la RSC en este sector y en qué medida la integración de las prácticas de RSC en el mundo financiero permiten una mayor canalización de ayudas hacia proyectos ambientalmente y socialmente responsables.

C. METODOLOGÍA.

El presente trabajo se compone de una parte teórica y una parte práctica. La parte teórica abarca los conceptos de RSC, de la situación del sector financiero, y las prácticas de RSC en el sector financiero español; para ello se ha utilizado la bibliografía más relevante a través de fuentes especializadas: libros, revistas científicas, publicaciones académicas, etc. La parte práctica está basada en el análisis de las web sites y de los informes anuales de las entidades financieras seleccionadas para el estudio: Grupo BBVA y Grupo Santander; de forma empírica – a través de estos informes- se han explorado las inversiones reales en actividades de RSC.

Se trata de una investigación explicativa y no experimental, que recoge datos y sucesos existentes para tratar posteriormente de explicarlos. Se pretende determinar las cualidades y propiedades más relevantes en el objeto de estudio de la investigación.

El procedimiento general de desarrollo de la investigación ha sido el siguiente:



PARTE II

Capítulo 1. LA RESPONSABILIDAD SOCIAL CORPORATIVA.

Capítulo 2. EL SECTOR FINANCIERO COMO MARCO DE SITUACIÓN

Capítulo 3. ANÁLISIS DE LA RSC EN EL SECTOR FINANCIERO.

Capítulo 1. LA RESPONSABILIDAD SOCIAL CORPORATIVA.

1.1. INTRODUCCIÓN.

La responsabilidad social corporativa (en adelante RSC) o responsabilidad social empresarial (RSE) constituye un tema actual y de gran interés tanto en el mundo empresarial como en el mundo académico de la dirección de empresas.

No se trata de un tema novedoso, sino que ha sido objeto de debate y estudio desde hace décadas.

En este apartado, se pretende plasmar una visión clara del concepto de RSC, su evolución, la implantación real en la actualidad y la percepción que tiene la sociedad de lo que es la RSC, realizando un análisis más preciso de la RSC en el sector financiero en España.

Las empresas constituyen el eje del sistema productivo y deben asumir compromisos para lograr una convivencia en armonía entre sus actividades lícitas (dirigidas a obtener beneficios y crear valor para sus socios y partícipes) y los objetivos globales de la sociedad (sostenibilidad del crecimiento económico a largo plazo en una necesaria conservación de los recursos naturales).

No obstante, los márgenes entre los que oscila el compromiso social son muy amplios.

Algunos autores interpretan que la responsabilidad básica de la empresa es obtener el máximo beneficio, postura sostenida –entre otros- por el premio Nobel de Economía Milton Friedman. Así, Friedman (1962) argumentó que *“pocas tendencias podían socavar tan profundamente los cimientos de nuestra sociedad como la asunción por parte de los representantes de las empresas de una responsabilidad social que no fuese la de hacer tanto dinero como fuese posible para los accionistas”*.

Pero incluso los defensores de estas posturas más drásticas admiten que la actuación empresarial debe respetar “*las reglas básicas de la sociedad, tanto las incorporadas en la Ley como las incluidas en las costumbres éticas*” (Friedman, *The social responsibility of business is to increase its profits*, 1970).

En el lado opuesto –posiblemente la postura apoyada por la mayoría de los autores en la actualidad- están los que consideran que los aspectos sociales en la vida empresarial tiene un papel prioritario, tal como sugiere el Pacto Mundial de las Naciones Unidas.

Por lo tanto, la responsabilidad social está relacionada con el comportamiento ético de las empresas y –en ocasiones- entra en conflicto con la conducta orientada al máximo beneficio.

1.2. ANTECEDENTES DE LA RSC.

Los antecedentes de la RSC se pueden enmarcar en el siglo XIX, en el Cooperativismo y Asociacionismo que buscan conciliar eficacia empresarial con principios sociales de democracia, apoyo a la comunidad y justicia distributiva.

Algunos autores sitúan el origen del concepto de RSC en los años cincuenta, asociado al rápido incremento del tamaño y poder de las empresas americanas y al papel protagonista que éstas empezaron a tener en una sociedad con problemas sociales urgentes (como la pobreza, el paro, la contaminación, el racismo, entre otros). La responsabilidad social de la empresa se convirtió en un clamor compartido por diversos grupos que exigían cambios en los negocios americanos (Boatright, 1993).

Otros autores sitúan las raíces de la RSC en una época anterior, en los años veinte, cuando se empieza a hablar del principio de caridad (Davis et al., 1988): la filantropía ya no es sólo una acción individual del empresario, sino una acción corporativa de la empresa como un todo. Más adelante, este principio de caridad se complementa con el principio de administración, que insta a la empresa a buscar el interés público, dado que

la empresa es responsable de la administración de recursos públicos que afectan a diversos miembros de la sociedad.

La idea de la función social de las empresas surge a partir del nuevo escenario de relaciones entre la empresa y la sociedad, sin poner en duda que los objetivos de la empresa son la obtención de beneficios y la rentabilidad en la producción, pero sin olvidar que aumentar el bienestar de las personas también es propósito de la actividad económica.

Desde el punto de vista académico, muchos consideran el libro *Social Responsibilities of the Businessman* del economista y académico Howard R. Bowen (1953), publicado en Estados Unidos, como el primer tratado sobre la RSC.

En su origen, el estudio de la RSC tiene connotaciones filosóficas, éticas o incluso religiosas. Está vinculado a los valores y creencias de los directivos, a su forma de entender y dirigir las empresas, y ello ha sido y sigue siendo objeto de un intenso debate que gira en torno al papel de las empresas en la sociedad en un marco de economía de mercado. Se puede decir que dicho debate tiene su punto álgido a partir de la publicación en 1970 del ya citado artículo de Friedman, “The social responsibility of business is to increase its profits” en *The New York Times*, donde expone la tesis de que las empresas no deben tener más responsabilidad que la de maximizar sus beneficios.

Desde los años noventa el concepto de RSC toma fuerza y evoluciona con la globalización y la interdependencia, el aceleramiento de la actividad económica, el agotamiento del estado de bienestar, la conciencia ecológica y la solidaridad, la demanda de transparencia pública y participación social, las nuevas demandas de los consumidores y el desarrollo de nuevas tecnologías.

En Europa, esta ola de RSC comienza cuando la Comisión Europea adopta el Libro Verde en 1996, unos principios que se expanden rápidamente por el mundo.

Poco después, las empresas transnacionales se interesan por establecer un Código de Conducta que les permita desarrollar estándares que guíen el comportamiento de la compañía. Las empresas intentan cumplir la ley en las diferentes regiones y contribuir al desarrollo.

Además, los grandes escándalos económicos en los primeros años de este siglo: ENRON, Worldcom, NTL, Kmart, Global Crossings, etc, son lo suficientemente importantes como para que instituciones supranacionales inicien campañas de moralización sobre los efectos perniciosos de una gestión empresarial no honesta. Sus máximos exponentes en la actualidad son las Empresas de Economía Social, por definición Empresas Socialmente Responsables.

1.3. CONCEPTO Y DIMENSIONES DE LA RSC.

Existen varios marcos referenciales útiles para explicar el concepto de RSC y sus dimensiones, debido a que nos encontramos con diversidad de teorías, perspectivas teóricas y definiciones de RSC (Alvarado, 2007)

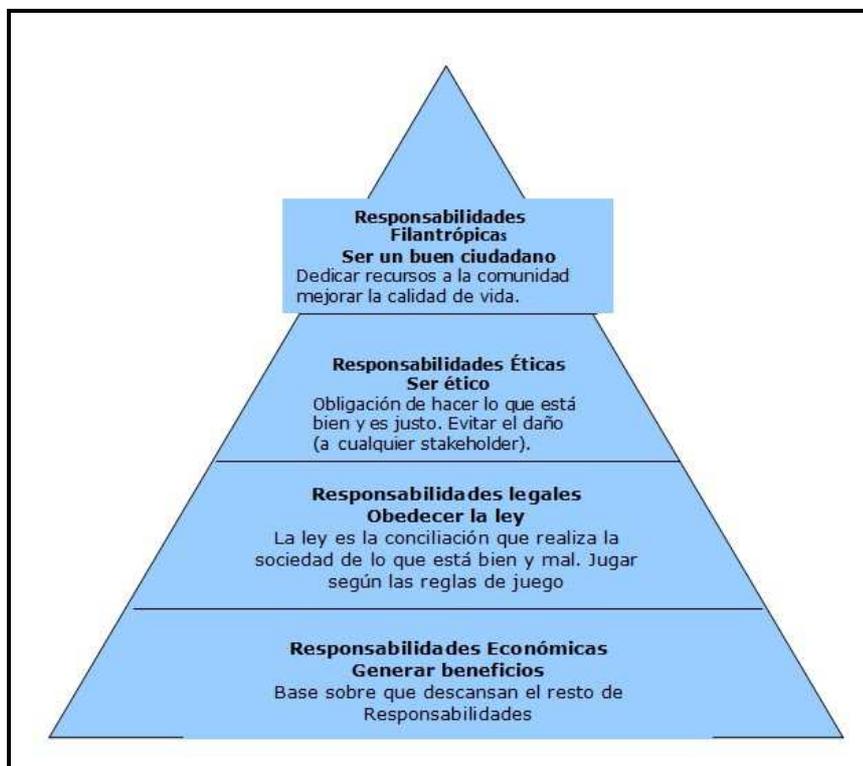
Entre los desarrollos académicos más destacados se hallan modelos como: el de las Asociaciones Corporativas (Brown y Dacin, 1997), los basados en la teoría del Desarrollo Sostenible (Gladwin, Kennelly y Krause, 1995; Panapanaan, Linnanen, Karvonen y Phan, 2003; Panwar, Rinne, Hansen y Juslin, 2006; Wheeler, Colbert y Freeman, 2003), el de Zahra y Latour (1987) y la pirámide de Carroll (1991 y 1999), entre otros.

Casi todos coinciden en señalar la multidimensional de la RSC, pero difieren tanto en el número de dimensiones consideradas como en los propios factores que lo componen.

El trabajo desarrollado por Carroll en 1979 y revisado por él mismo en 1991 y 1999 ha contado con una considerable aceptación y ha sido utilizado por los investigadores durante los últimos tiempos.

Carroll (1991) empleó la imagen de una pirámide (figura 1.1) para explicar los elementos de la responsabilidad empresarial. La pirámide tiene en su base la responsabilidad económica, sobre ella la legal, después la ética y en su cúspide la filantrópica.

Figura 1.1. Pirámide de la responsabilidad social de la empresa.



Fuente: Carroll (1991:42)

Según este modelo, las dimensiones dependen sucesivamente unas de otras. En primer lugar está la dimensión económica, que se refiere a las expectativas de la sociedad de que las empresas sean rentables y que obtengan utilidades mediante la producción y venta de bienes y servicios; después se encuentra la dimensión legal, entendida como las expectativas de la sociedad de que las empresas alcancen sus objetivos económicos

ajustándose al marco jurídico establecido; en tercer lugar está la dimensión ética, que se refiere a las expectativas de la sociedad de que el comportamiento y las prácticas empresariales satisfagan ciertas normas éticas; y finalmente se encuentra la dimensión discrecional o filantrópica, relativa a las expectativas de la sociedad de que las empresas se impliquen voluntariamente en roles (o actividades) que satisfagan las normas sociales.

A partir del modelo de Carroll es posible deducir que el común denominador de las dimensiones de la RSE es la congruencia entre las expectativas que la sociedad tiene sobre el comportamiento de los negocios y el comportamiento real o percibido de estos (Cervera, 2007).

Una definición clásica de RSC es la que proporcionó Davis (1960:70): “las decisiones y acciones tomadas por razones que, al menos parcialmente, se encuentran más allá de los intereses económicos y técnicos de la empresa”.

En la actualidad, el concepto RSC predominante está enfocado a la obligación de llevar el comportamiento corporativo a un nivel superior en que sea congruente con las normas, valores y expectativas sociales existentes y no sólo con los criterios económicos y legales (Sethi, 1979; Boatright, 2003).

En su artículo “Strategy and Society”, Michael Porter (2006) parte de que el éxito empresarial y el bienestar social no es un juego de suma cero. La RSC se ha convertido en una prioridad para muchos líderes empresariales; algunos intentan incorporar a la empresa los principios de la RSC pero fracasan, en su opinión, por tres razones:

- Porque enfrentan a la empresa con la sociedad, cuando ambas son interdependientes.
- Porque pretenden aplicar los principios generales de la RSC, en vez de pensar en términos que consideren qué es lo más apropiado para la estrategia de cada empresa.

- Porque la aproximación al concepto de RSC suele ser fragmentada y estar desconectada de los negocios y de la estrategia.

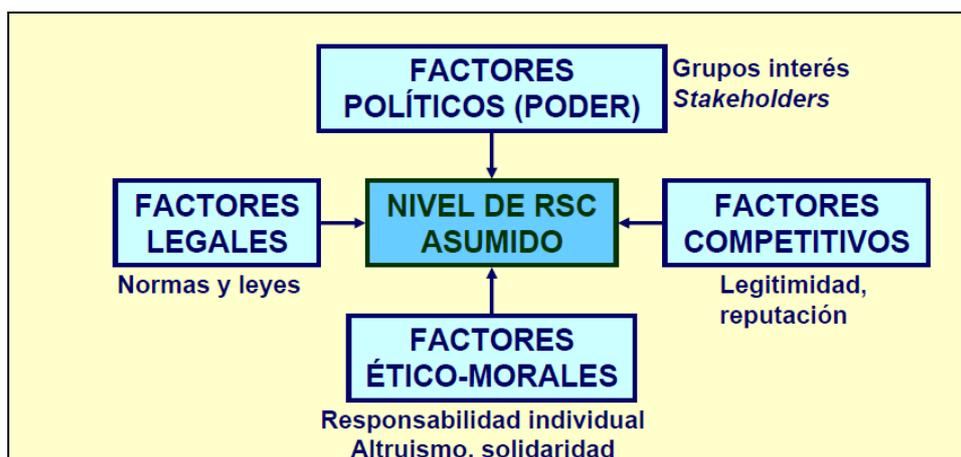
Para Porter, las empresas deberían incorporar el concepto de la RSC como una parte del marco que configura su visión estratégica y, de esta manera, verlo más como una oportunidad de innovar y de obtener ventajas competitivas que como un coste, una limitación o un acto de filantropía o de caridad.

Para poner en práctica una estrategia de RSC, lo que hay que hacer, según Porter, es:

- Identificar los puntos de intersección entre la empresa y la sociedad. Es decir, ver cómo afecta la actividad de la empresa a la sociedad (por ejemplo, entorno laboral seguro, impactos medioambientales, condiciones laborales) y cómo afecta la sociedad a la competitividad de la empresa (por ejemplo, existencia de defensa de los derechos de propiedad, oferta de fuerza laboral con talento, ayuda a los inversores extranjeros).
- Seleccionar los temas sociales que abordará la empresa. Una vez identificados los impactos mutuos entre sociedad y empresa, ésta debe pensar en cómo asumir necesidades sociales que creen un “valor compartido” (“shared value”), es decir que se obtenga un beneficio para la sociedad, pero que también añada algo a la cuenta de resultados de la empresa. Es importante recordar que ninguna empresa puede resolver todos los problemas de la sociedad, ni soportar todos los costes que esto conlleva.
- Crear una agenda social corporativa. Esta agenda debe tener un enfoque estratégico y no tratarse de una postura reactiva. No se trata de, únicamente, ser sensible ante los daños causados, de actuar como un buen “ciudadano corporativo” o de identificar “mejores prácticas”. La RSC debe ser estratégica, lo que significa que debe procurarse una manera de hacer las cosas distinta de la de los competidores, de forma que se logren menores costes, o mejor servicio, y se beneficie a los clientes. La clave es el concepto, anteriormente mencionado, de valor compartido, como una relación simbiótica en la que el éxito de la empresa sea el éxito de la sociedad.

En opinión de Guerras y Navas (2007), para lograr el éxito de una estrategia basada en la RSC, es importante entender cuáles son los factores que impulsan a los directivos a adoptar este tipo de estrategia. En la figura 1.2 se observan los factores que influyen en dichas decisiones.

Figura 1.2. Factores que influyen en las decisiones sobre RSC en la empresa.



Fuente: Guerras y Navas (2007:128)

A pesar de que no existe consenso para marcar una definición de RSC, en nuestro país conviene hacer mención a la definición del Foro de Expertos del Ministerio de Trabajo español, 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 Foro de Expertos sobre RSE (RSC) se constituye el 17 de marzo de 2005 por iniciativa del Ministerio de Trabajo y Asuntos Sociales con la participación de representantes de varios Ministerios y de expertos provenientes de grupos empresariales, organizaciones de la sociedad civil y de la Universidad. Concluye sus trabajos el 12 de julio de 2007, sesión en la que se acordó el documento “Las políticas públicas de fomento y desarrollo de la RSE en España”. Este documento se suma a los tres anteriores, dando como resultado el Informe–conclusiones del Foro de Expertos sobre RSE.

El objetivo y definición sobre RSE (RSC) que propone son los siguiente:

“La RSE tiene como objetivo la sostenibilidad basándose en un proceso estratégico e integrador en el que se vean identificados los diferentes agentes de la sociedad afectados por las actividades de la empresa. Para su desarrollo deben establecerse los cauces necesarios para llegar a identificar fielmente a los diferentes grupos de interés y sus necesidades, desde una perspectiva global y se deben introducir criterios de responsabilidad en la gestión que afecten a toda la organización y a toda su cadena de valor. Las políticas responsables emprendidas desde la empresa generan unos resultados, medibles a través de indicadores, que deben ser verificados externamente y comunicados de forma transparente”.

“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 transparentes con sus grupos de interés, responsabilizándose así de las consecuencias y los impactos que se derivan de sus acciones”.

En este documento también se señala que el ámbito de la Responsabilidad Social de la Empresa es interno (medio ambiente en la actividad de la empresa, derechos de los trabajadores, etc) y externo (respeto a los derechos de clientes y consumidores, de proveedores, respeto a los Derechos Humanos, no practicar corrupción ni soborno, etc).

1.4. NUEVO MARCO ECONÓMICO Y MARCO NORMATIVO.

Para situar el marco normativo de la RSC es conveniente analizar los cambios fundamentales que caracterizan el entorno económico (Rodríguez Fernández, 2003; Aster et al, 2004).

En primer lugar, la combinación de desregulación, avances en las telecomunicaciones y globalización han mejorado la posición de los consumidores. La reputación de una empresa, su imagen y su identidad empresarial refuerzan su importancia a medida que la relación precio-calidad-prestaciones de los productos llega a ser más difícil de evaluar y diferenciar.

Por otra parte, se ha producido un aumento del poder e influencia de las grandes compañías y un decremento del peso del sector público en la economía. Los ciudadanos, preocupados ante la falta de cohesión social, se dirigen hacia dichas empresas exigiendo responsabilidad y transparencia. Por lo tanto, la dirección estratégica corporativa entiende que debe generar confianza y legitimarse ante la sociedad.

Además, los activos físicos son menos específicos para las organizaciones y ya no constituyen las principales fuentes de rentas (fruto de la reducción de costes de comunicación, mejor funcionamiento de los mercados de capitales, etc). Y, como consecuencia inmediata, los activos intangibles pasan a ser cada vez más relevantes.

Y, en un mundo globalizado, aumenta la competencia, la necesidad de innovar los procesos de producción y mejorar la calidad de los bienes y servicios. Las redes de la información pasan a ser elemento clave para la competitividad y la empresa de “desmaterializa”.

Por último, la mayor competencia en los mercados de bienes intermedios reduce el grado de integración vertical de las compañías: se pasa del control directo de los proveedores a formas menos rígidas de colaboración. Adquiere gran importancia la gestión de relaciones. Se desdibujan las fronteras de las firmas. Podemos decir que las

empresas ya no tienen una “estructura localizada”, ya que trabajan conjuntamente e interactúan con otras, dentro de un marco de colaboraciones.

Estos grandes cambios en el entorno económico de las empresas modifican su gobierno y afectan a elementos clave: incentivos para inversiones específicas, reparto de riesgos, participación de los diferentes “stakeholders” (grupos de interés), instrumentos institucionales para orientar el comportamiento de directivos, etc.

Estamos en un marco de economía y sociedad global imparable, caracterizado por una interdependencia cada vez mayor. Lo que hacen las empresas en cualquier lugar del mundo, por muy lejano que sea, afecta al resto del planeta. Y fruto de la globalización, se ha ampliado el contexto en el que las acciones tienen consecuencias.

Este es el contexto en que se encuentran actualmente las empresas y la sociedad en general, y es evidente que se necesita abordar cuestiones como la ética empresarial o la responsabilidad social de la empresa.

El amplio debate que, desde hace años, se refiere a la RSC se ha desarrollado desde la doble perspectiva de la economía –por un lado- y la ética de la empresa –por otro-.

Pero este análisis no ha ido acompañado de una contribución equiparable en lo que al derecho se refiere. Esta falta de estudio desde la perspectiva jurídica, tal vez pueda explicarse por el carácter voluntario de las actividades o prestaciones susceptibles de encuadrarse en el marco de la RSC.

Según señala Fernández Gago (2005), para que la RSC reciba la atención adecuada y sea abordada de forma convincente es necesario un esfuerzo de consenso y la participación decidida de instituciones internacionales de relevancia. En este sentido, la implicación de organismos como las Naciones Unidas, la Organización para la Cooperación y Desarrollo Económico o la Unión Europea, supone el espaldarazo definitivo para la generalización del compromiso de las empresas con su entorno social.

En la actualidad, existen varios organismos de carácter internacional que se encargan de delimitar en lo posible el concepto teórico de la RSC, marcando directrices que sirven como orientación para las empresas.

Dentro de los más destacados se podría citar a los siguientes:

- **Global Compact de Naciones Unidas.** El Pacto Mundial de Naciones Unidas (UN Global Compact) es una iniciativa de compromiso ético lanzado por Kofi Annan en 1999 destinada a que las entidades y empresas de todos los países implanten como parte integral de sus operaciones y estrategia, diez principios de conducta y acción en materia de derechos humanos, trabajo, medio ambiente y lucha contra la corrupción.

- **GRI - Global Reporting Initiative** (Iniciativa para la Rendición Global de Cuentas). Este instrumento es utilizado por más de 1.000 empresas en el mundo, lo que le ha permitido acceder a fuentes más competitivas como el Dow Jones Sustainability. Global Reporting Initiative (GRI) es un proceso internacional a largo plazo en el que han participado diversas partes interesadas, y cuya misión es elaborar y difundir la Guía para la Elaboración de Memorias de Sostenibilidad («la Guía»). Esta guía es para uso voluntario de las organizaciones que deseen informar sobre los aspectos económicos, ambientales y sociales de sus actividades, productos y servicios, y su objetivo es el de apoyar a las organizaciones y a las partes interesadas, en la articulación y comprensión, de las contribuciones de las organizaciones que realizan informes de este tipo, al desarrollo sostenible. Desde la publicación de la primera guía en junio de 2000, las tendencias que propiciaron la creación del GRI no han disminuido en lo más mínimo, sino que más bien, en la mayoría de los casos, se han intensificado. Aspectos como la globalización y el gobierno corporativo, la responsabilidad, y la ciudadanía han centrado los debates en materia de política y gestión administrativa en el seno de muchas organizaciones y en los países en los que éstas actúan. La agitación de los primeros años del siglo XXI pone de relieve el motivo de la rápida expansión del GRI: que los altos niveles de responsabilidad y la creciente dependencia de amplias redes que cuentan con diversas partes interesadas externas pasarán a formar parte de la realidad de las organizaciones en los próximos años. El apoyo a la creación de un nuevo marco de aceptación general para la publicación de memorias de sostenibilidad sigue creciendo

entre la sociedad civil, los gobiernos, las empresas y los representantes laborales. La rápida evolución del GRI, que en cuestión de unos años ha pasado de ser una idea arriesgada a una nueva institución mundial permanente, refleja el valor imperativo que muchos sectores de la población otorgan a esos marcos. El proceso del GRI, fundamentado en la globalidad, la transparencia, la neutralidad y la mejora continua, ha permitido poder dar forma concreta al concepto de «responsabilidad».

La Guía del GRI constituye un marco para presentar memorias sobre el desempeño económico, ambiental y social de las organizaciones informantes

- **OCDE:** las Líneas directrices en RSC para empresas multinacionales buscan que las multinacionales contribuyan al progreso económico, social y medioambiental y los derechos humanos de los países donde se implanten.

- **UE:** El marco europeo ha ido configurando diferentes documentos claves:

- La Declaración final del Consejo Europeo de Lisboa de marzo de 2000.
- El Libro Verde sobre Responsabilidad Empresarial de la U.E. del 2001 (referencia básica y marco de referencia).
- Comunicación de la Comisión de 2002 relativa a la RS de las empresas como contribución al desarrollo sostenible.
- El documento de la eurocámara de mayo de 2004 en relación al posicionamiento de las PYMES ante la RSC.
- Comunicación de la Comisión de 22 de marzo de 2006, con el título: “Poner en práctica la asociación para el crecimiento y el empleo para hacer de Europa un polo de excelencia de la RSC”.
- Alianza Europea para la RSC para dar una cobertura política a las iniciativas de RSC de las grandes empresas, las Pymes y sus interlocutores.

- **Declaración de la OIT (Organización Internacional del Trabajo)** sobre los derechos fundamentales en el trabajo

Desde un punto de vista más local podemos destacar:

- **ASEPAM.** En España, Global Compact opera a través de la Asociación Española del Pacto Mundial (ASEPAM), a la que se han adherido más de 550 miembros. Precisamente para facilitar esta tarea, desde ASEPAM se ha creado esta herramienta de apoyo a las empresas, disponible de forma gratuita en su página web (www.pactomundial.org), donde también se pueden consultar los informes publicados.

- **OBSERVATORIO DE LA RESPONSABILIDAD SOCIAL CORPORATIVA.** Cataluña, a través de su Consejo de Trabajo Económico y Social (CTESC), entra de lleno en el fomento de políticas de responsabilidad social entre las empresas catalanas. Esta institución, que abarca representantes sindicales y empresariales, ha creado un observatorio, que da especial atención a impulsar las buenas prácticas entre las pequeñas empresas. El foro de debate funcionará a través de la red. Nace con la vocación de que empresarios y trabajadores intercambien experiencias y se impliquen en el debate de las buenas prácticas empresariales. Aunque el CTESC no es el primer agente en impulsar estas políticas en Cataluña, el hecho de que esta institución aglutine actores del mundo sindical y empresarial con opiniones diversas hace que sea homogénea la visión de cómo ejecutar las prácticas.

- **FORÉTICA.** Es una organización creada en 1999, durante la celebración del X Congreso de Calidad y Medioambiente, cuando un grupo de expertos decide poner en valor una cultura basada en la responsabilidad de todos sus miembros frente al conjunto de la sociedad, que ya entonces promovía el entorno europeo, y conformar una asociación que tuvo desde el primer momento vocación de ser multistakeholder, con cabida para instituciones empresariales, académicas, ONG e incluso particulares. Es la asociación de empresas y profesionales de la RSE líder en España y su misión es fomentar la cultura de la gestión ética y la responsabilidad social dotando a las organizaciones de conocimiento y herramientas útiles para desarrollar con éxito un modelo de negocio competitivo y sostenible. Actualmente, más de 140 organizaciones y más de 100 socios personales forman parte de Forética. Conviven empresas de todos los tamaños y sectores de actividad, asociaciones profesionales, o académicos, entre otros.

- **CLUB DE EXCELENCIA EN SOSTENIBILIDAD.** Es una asociación empresarial compuesta por un grupo de grandes empresas que apuestan por el crecimiento sostenible desde el punto de vista económico, social y medioambiental con el objetivo de ser:

-Un foro de diálogo con stakeholders.

-Plataforma de benchmarking en Desarrollo Sostenible.

-Transmisores de buenas prácticas en RSC al tejido empresarial español.

- **CONSEJO ESTATAL DE RESPONSABILIDAD SOCIAL DE ESPAÑA.** Es un órgano adscrito al Ministerio de Trabajo e Inmigración que tiene un carácter "asesor y consultivo". Está encargado del impulso y fomento de las políticas de Responsabilidad Social de las Empresas y se constituye en el marco de referencia para el desarrollo de esta materia en España.

Otras iniciativas de estandarización en la RSC son las siguientes:

-La serie de normas **AA1000 de AccountAbility**, que hacen especialmente hincapié en 3 aspectos de la RSC: aseguramiento de la calidad de la información, relación con los grupos de interés y principios de la gestión responsable. El objetivo de estas normas no es tanto medir los impactos de la gestión socialmente responsable como asegurar que ésta se lleva a cabo correctamente.

- A nivel internacional, la **Guía ISO 26000**, está enfocada a ser la norma de RSC de referencia a nivel mundial, abarcando de manera conjunta aspectos que hasta ahora se encontraban dispersos en diferentes normas internacionales, como las relaciones con los grupos de interés (norma AA1000SES), inversión (Principios de Inversión socialmente Responsable de las Naciones Unidas) o derechos humanos y medio ambiente (Directrices de la OCDE para empresas multinacionales), entre otros muchos aspectos y normas. Es una guía que establece líneas en materia de Responsabilidad Social establecidas por la Organización Internacional para la Estandarización (ISO por sus siglas en inglés). Se designó a un Grupo de Trabajo ISO en Responsabilidad Social

(WG SR) liderado por el Instituto Sueco de Normalización (SIS por sus siglas en inglés) y por la Asociación Brasileña de Normalización Técnica (ABNT) la tarea de elaborarla. Finalmente se ha publicado la norma en noviembre de 2010. No tiene propósito de ser certificatoria, regulatoria o de uso contractual.

Como iniciativas específicas del sector financiero, citar:

- Principios de Ecuador (PE) Año de creación: 2003. Ámbito: global.
- United Nations Environment Programme Finance Initiative (UNEP-FI) Año de creación: 1991. Ámbito: global.
- United Nations Principles for Responsible Investment (UNPRI) Año de creación: 2006. Ámbito: global.
- Environmental Bankers Association (EBA) Año de creación: 1994. Ámbito: Esencialmente EE.UU.
- Institutional Investor Group on Climate Change (IIGCC) Año de creación: 2001. Ámbito: Esencialmente Reino Unido.
- Investor Network on Climate Risk (INCR.) Año de creación: 2003. Ámbito: Esencialmente EE.UU.
- European Alliance for CSR Año de creación: 2006. Ámbito: Europa.
- The Forge Group. Año de creación: 2001. Ámbito: Esencialmente Reino Unido.
- Principios Wolfsberg Año de creación: 2000. Ámbito: Global.
- United Nations Capital Development Fund (UNCDF) – Advisors Group on Inclusive Finance. Año de creación: 1966. Ámbito: Global
- European Social Investment Forum (EUROSIF.) Año de creación: 2001. Ámbito: Europa
- Foro español de la Inversión Socialmente Responsable, (SpainSIF). Año de creación: 2008 (todavía en proceso de creación). Ámbito: España.

1.5. EVOLUCIÓN DE LA RSC Y SITUACIÓN ACTUAL.

Evolución de la RSC.

La RSC aparece en un proceso evolutivo, como indica Klikberg (2004), por el que se superan los elementos básicos constitutivos de la vieja sociedad industrial y se abre paso a una nueva era cultural que modifica los comportamientos sociales y de la empresa. Como en todos los procesos de profundos cambios, surgen ambigüedades al inicio, y el desarrollo normal de los conceptos va concretando sus significados.

Se ha tachado a la RSC de ser una simple moda. En realidad, la RSC está expresando – más que una moda- un cambio social profundo.

La RSC ha progresado porque nunca como en este momento se ha producido una convergencia tan explícita entre la competitividad y la sostenibilidad (Jáuregui, 2012).

En la figura 1.3 se muestra la idea de que la RSC es un proceso, un nuevo modelo de gestión que integra en la toma de decisiones, los impactos económicos, ambientales y sociales, ampliando los grupos de interés a los que se dirige la empresa.

Figura 1.3. La RSC como un nuevo modelo de gestión.



Fuente: Jáuregui (2012)

En la actualidad se ha hecho necesario un instrumento de cultura organizativa capaz de aunar por un lado la rentabilidad y los criterios financieros y -por otro lado- un concepto de empresa orientado a lograr un mundo más justo, más cohesionado y ecológicamente más sostenible.

Según el ya citado documento “La responsabilidad social de las empresas. Dialogo Social” del Ministerio de Trabajo y Asuntos Sociales, las **premisas** sobre las que se asientan las prácticas de RSE giran en torno a los siguientes puntos:

- El refuerzo de la función principal de la empresa que es la creación de riqueza y empleo.
- El carácter voluntario de las actuaciones de RSE.
- La estrecha y necesaria vinculación de las iniciativas en el ámbito de la Responsabilidad Social a la viabilidad y competitividad de la actividad empresarial.
- El carácter gradual y progresivo en el desarrollo de las mismas, teniendo en cuenta los distintos puntos de partida y llegada según los diferentes contextos y necesidades.
- Su adaptación a distintos sectores, contextos geográficos y tamaños de empresas, con especial atención a las Pymes.
- La importancia de resaltar lo que las empresas vienen realizando en este ámbito desde hace tiempo y que debería ser reconocido como contribuciones en el ámbito de la Responsabilidad Social.
- La implicación de los grupos de interés en las prácticas de RSE, partiendo de un compromiso mutuo. En el ámbito de las relaciones laborales resulta esencial la participación de los representantes legales de los trabajadores.

En este documento, se señalan los “**principios generales de la RSC**”:

Voluntariedad: La Responsabilidad Social es voluntaria. Se refiere al compromiso de integración de criterios sociales, laborales y medioambientales en la gestión de las empresas, intentando involucrar en dicha gestión a los distintos grupos de interés directamente afectados por sus actuaciones.

Valor añadido: La RSE es un instrumento que debe ayudar a la creación de valor añadido que repercuta en la mejora de la empresa a medio y largo plazo. Este valor añadido se mide en relación con la atención que presta en las diversas actividades que afectan a los grupos de interés, atendiendo a la especificidad de su negocio y al entorno en que opera (clientes, consumidores, accionistas, inversores y trabajadores).

Integración y eficiencia: Las actuaciones en el ámbito de la RSE deberían tender a integrarse progresivamente en las distintas políticas de la empresa, y que el propio núcleo de la actividad empresarial se extienda a todos procesos y sistemas de gestión.

La RSE busca la mejora continua y la eficiencia del proyecto empresarial. Ha de gestionarse teniendo en cuenta la viabilidad económica de la empresa a corto y a largo plazo y con el rigor de una inversión económica.

Adaptabilidad y flexibilidad: Las iniciativas que se emprenden en el ámbito de la RSE no pueden vincularse a un marco excesivamente rígido, sino permitir que las particularidades de la naturaleza del negocio, ámbito geográfico de operación, tamaño de la empresa y otras especificidades sean tenidas en cuenta a la hora de ejecutar actuaciones concretas.

Credibilidad: El objetivo básico es comunicar a las partes interesadas y a la sociedad en general las actividades empresariales desarrolladas y su repercusión en los distintos ámbitos. Para ello, se debe avanzar en la extensión y mayor uso de elementos básicos que den credibilidad y rigor a la RSE. “La transparencia es un componente esencial del debate sobre la RSE puesto que contribuye a mejorar sus prácticas y comportamiento, al tiempo que permite a las empresas y terceras partes cuantificar los resultados obtenidos”.

Globalidad: La Comunicación de la Comisión, reconoce el carácter global de la RSE, señalando que “la gobernanza mundial y la interrelación entre el comercio, la inversión y el desarrollo sostenible son aspectos cruciales del debate sobre la Responsabilidad Social de las Empresas”. Es evidente, que las decisiones y las actividades de las empresas no están circunscritas a un solo país. Frecuentemente, en alguno de ellos existen vacíos legales, una legislación laboral débil (además de una falta de representación sindical) y/o instituciones ineficientes, por lo que las políticas públicas y las políticas de RSE pueden contribuir a paliar estas situaciones.

Situación actual de la RSC.

Para analizar la situación actual de la RSC, se parte del último informe publicado por Forética en 2011, con datos del año 2010.

Una de las conclusiones a destacar de dicho informe 2011 con respecto a anteriores ediciones es el incremento sustancial en el conocimiento del fenómeno de la RSE por parte de las empresas españolas. Sin embargo, este crecimiento muestra ciertas asimetrías a subrayar. La responsabilidad social es hoy un fenómeno notorio, pero la brecha de conocimiento entre las pequeñas empresas y las medianas y grandes se ha acrecentado de manera importante.

Para examinar en profundidad el grado de conocimiento que el mundo empresarial tiene sobre la Responsabilidad Social, se precisa estudiar su notoriedad y su nitidez.

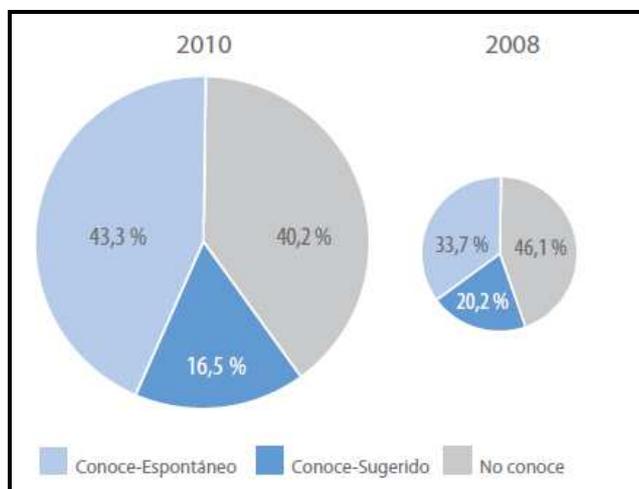
La notoriedad mide el grado de penetración del concepto en el tejido empresarial. La nitidez, por su parte, trata de observar la claridad con que este concepto se ha ido asentando en la empresa, en relación con el concepto de Responsabilidad Social generalmente aceptado.

Como se observa en el gráfico 1.1. un 59,8% de empresas manifiestan saber qué es la RSE. De éstas, un 43,3% reconoce el término de forma espontánea, y un 16,5% lo reconoce después de recordarles en qué consiste (conoce sugerido).

Por el contrario, un 40,2% de empresas aún desconocen totalmente el concepto de Responsabilidad Social.

Estos resultados ponen de manifiesto un crecimiento progresivo del nivel de conocimiento de la RSE en estos dos últimos años, habiéndose incrementado la notoriedad en un 6% (desde el 53,9% del 2008).

Gráfico 1.1. Conocimiento de la RSC



Fuente: Informe Forética 2011

Una segunda parte que completa el análisis del grado de conocimiento es la nitidez. Para ello, se parte de una definición de RSC ampliamente aceptada, que es la facilitada por la Comisión Europea en el Libro Verde (“Integración voluntaria, por parte de las empresas, de las preocupaciones sociales y medioambientales en sus operaciones comerciales y sus relaciones con interlocutores”). En el informe de Forética se ha analizado el grado en que el empresariado está alineado con la misma.

Dado que la RCE es un fenómeno empresarial complejo y en constante evolución, se pretende averiguar cuáles son aquellas variables en las que se traduce la RSC. Para ello a lo largo del cuestionario se somete a aquellos entrevistados que manifestaban tener un conocimiento del fenómeno a una batería de preguntas con las que averiguar el grado de alineamiento entre las distintas perspectivas de la RSC.

Para ello la metodología identifica variables con una mayor vinculación a la RSE y otras con un enfoque más orientado al mercado

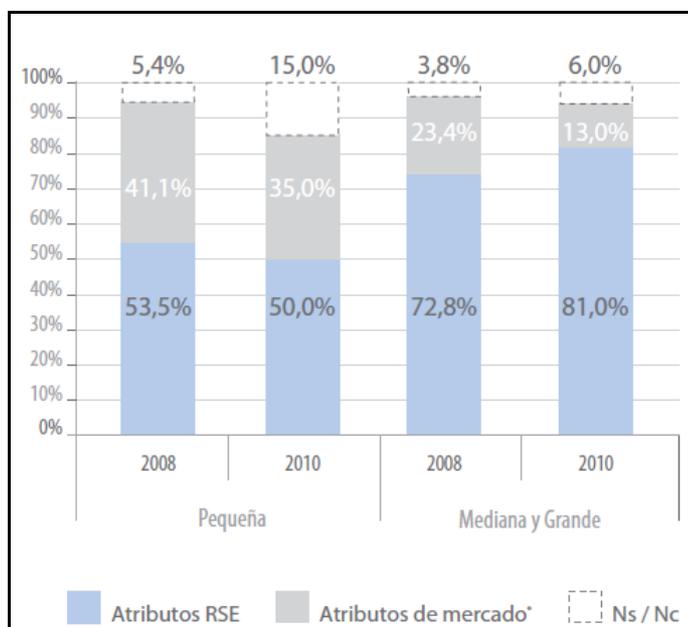
A continuación, en el gráfico 1.2. se aprecia que el nivel de nitidez y su evolución temporal es variable en función del segmento que se analice.

La empresa mediana y grande experimenta una mayor precisión a la hora de atribuir variables más puramente vinculadas a la RSE a este fenómeno de manera espontánea, con un 83% de atributos enunciados, relacionados con aspectos sociales y ambientales. El restante 17% se corresponde con otros atributos de mercado.

En el caso de la pequeña empresa el concepto de RSE se desdibuja ligeramente reduciendo los atributos típicamente vinculados a la RSE (que pasan del 61% al 49%) e incrementando significativamente el ns/nc.

Interpretación de las variables: Las variables directamente asociadas a la RSC aparecen en azul en el gráfico 1.2, y las resaltadas en gris tienen una mayor vinculación con una visión de mercado. En gris claro y blanco aparecen las que no pueden asociarse a ninguna de las dos categorías anteriores.

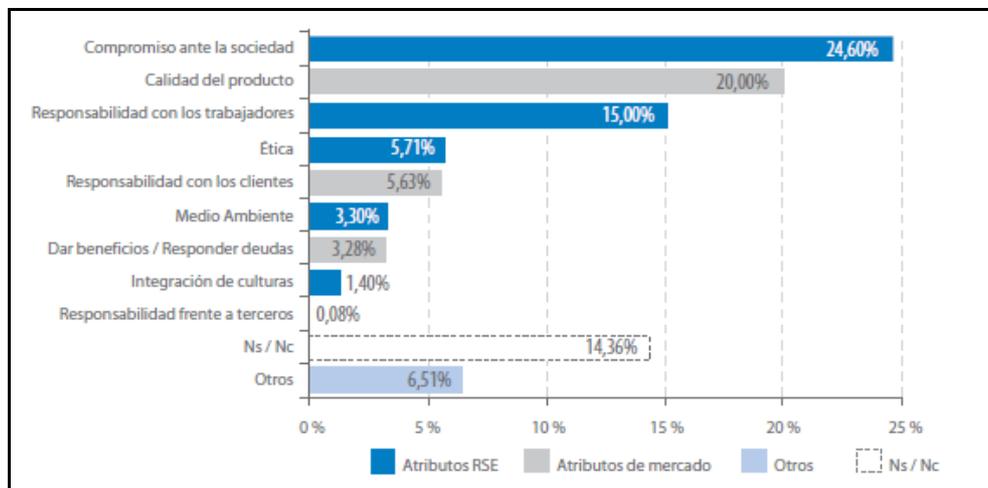
Gráfico 1.2. Evolución de la nitidez de la RSC por tamaño de empresa.



Fuente: Informe Forética 2011

En cuanto al peso que las variables concretas tienen en cada uno de los segmentos, en el gráfico 1.3. vemos que destaca por su importancia como primera mención, con un 24,60% de las respuestas, el “compromiso ante la sociedad”, atributos directamente relacionados con la RSC. La segunda respuesta que mayor apoyo recaba, con un 20% de las respuestas, es “calidad del producto”, y que a diferencia de la anterior tiene una vinculación más estrecha a una visión de mercado.

Gráfico 1.3. Qué es la RSC



Fuente: Informe Forética 2011

A continuación, como se aprecia en el gráfico 1.4, en esta edición del Informe Forética se consolida la tendencia de ediciones precedentes y por tanto las variables asociadas a la gestión siguen apareciendo como prioridad (con una puntuación media de 8,71% puntos) por encima de variables ambientales, con un 8,26, o las relativas a acción social que únicamente consiguen un 7,08 de media.

Contrastando las variaciones más relevantes respecto a la clasificación en 2008 se comprueba cómo las prioridades en RSE se adaptan al ciclo económico. Los aspectos ambientales han perdido importancia de manera progresiva, mientras que las variables de acción social y las asociadas a la gestión no han sufrido variaciones significativas.

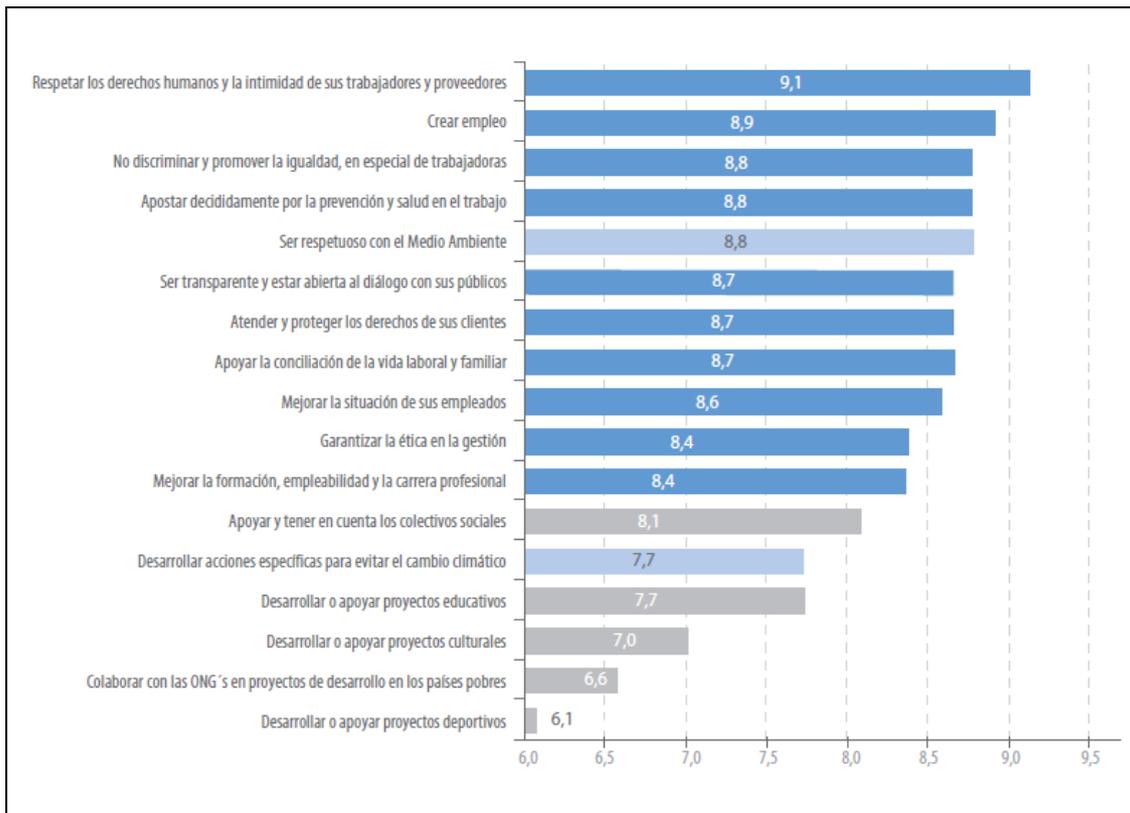
Interpretación de las variables:

10 variables directamente asociadas a la gestión empresarial (azul oscuro).

5 a la acción social (gris).

Dos variables relativas a gestión medioambiental (azul claro).

Gráfico 1.4. Puntuación media para considerar una empresa socialmente Responsable:



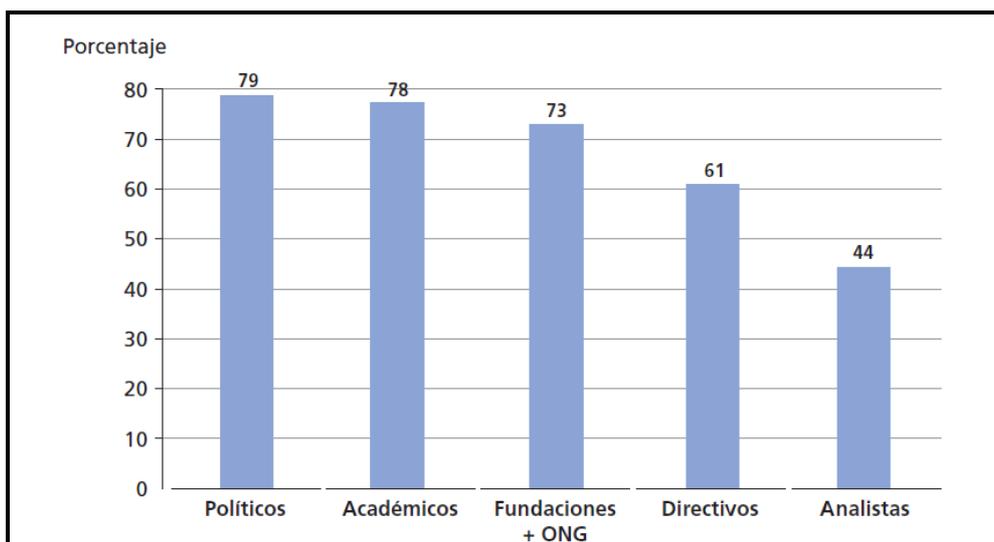
Fuente: Informe Forética 2011

Percepción de la RSC en la actualidad.

Respecto a la percepción de la RSC en las empresas españolas, Ipsos Public Affairs (instituto independiente de investigación de mercados) realiza periódicamente un estudio sobre la situación de la RSC en España y permite conocer la opinión de diferentes grupos de interés (stakeholders), entre los que se encuentran periodistas económicos, empresarios y directivos, analistas financieros, académicos, políticos, etc.

Según su informe 2010 y como se puede apreciar a continuación en el gráfico 1.5., la mayoría de los entrevistados opinan que las empresas no prestan la atención necesaria a sus responsabilidades sociales. El porcentaje más bajo del ‘grado de acuerdo’ se encuentra entre los directivos y los analistas, mientras que casi el 80% de los políticos y académicos sostiene que las empresas deberían hacer más en materia de RSC.

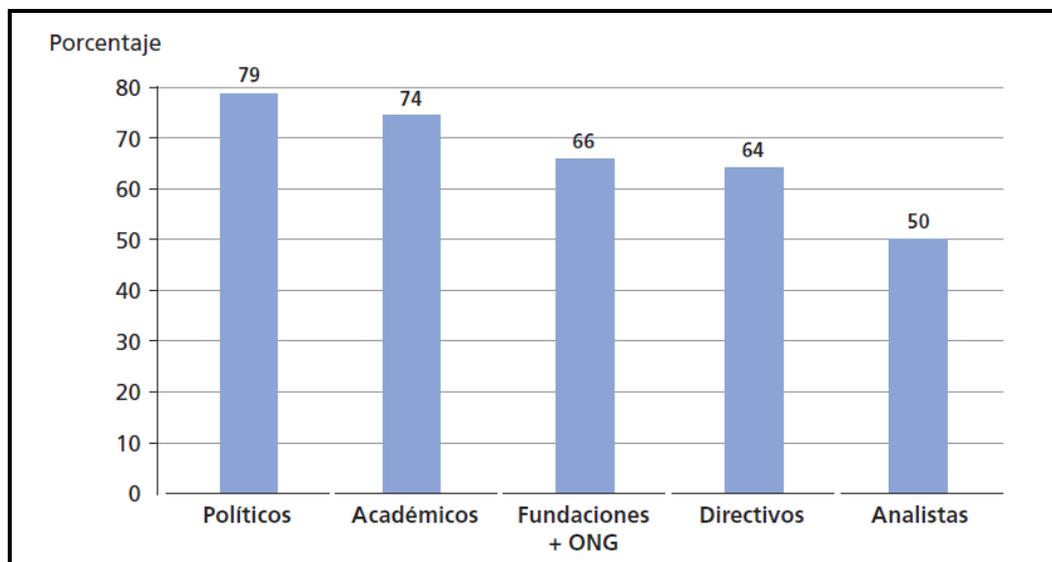
Gráfico 1.5. Grado de acuerdo de los stakeholders con que en España las empresas no prestan suficiente atención a la RSC



Fuente: Ipsos Public Affairs (2010).

Si se analiza el impacto de los impulsos para promover la RSC, a continuación (en el gráfico 1.6) se puede apreciar que la mayoría de los entrevistados en el estudio realizado por Ipsos Public Affairs piensa que el impacto ha sido mínimo.

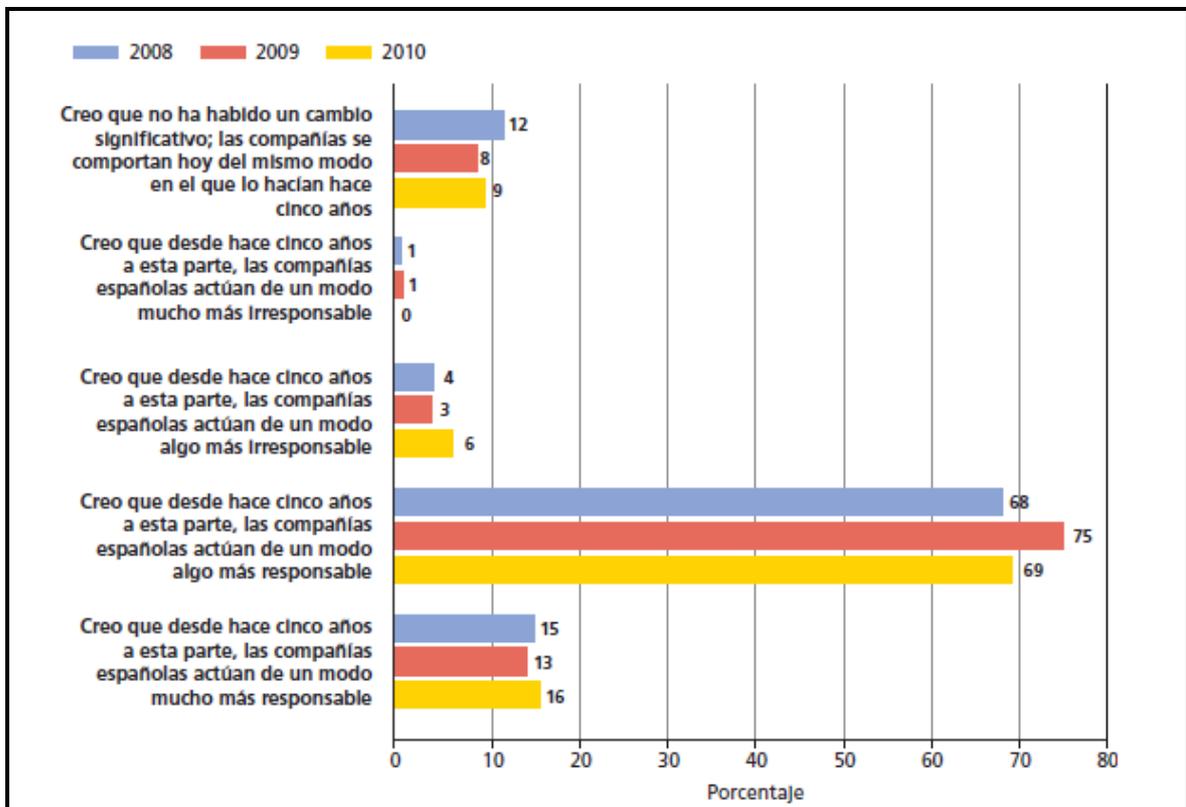
Gráfico 1.6. Grado de acuerdo de stakeholders con que el impulso por promover la RSC ha tenido un impacto mínimo



Fuente: Ipsos Public Affairs (2010).

Según el informe 2010 de la Fundación Alternativas, y como se observa a continuación en el gráfico 1.7, un 87% (69% + 16%) de los encuestados opina que las compañías se comportan de forma más responsable que hace cinco años. Este resultado es bastante similar al de los años anteriores. Del anterior porcentaje se desglosa que solo un 16% de los encuestados piensan que se están haciendo las cosas mucho mejor que hace cinco años, porcentaje que era del 12,66% en 2009 y del 15% en 2008.

Gráfico 1.7. Evolución de la responsabilidad de las compañías españolas.



Fuente: Fundación Alternativas y KPMG (2010).

La RSC y la crisis:

El entorno empresarial de los últimos años se caracteriza principalmente por la aguda crisis económica en la que todavía hoy seguimos inmersos. A lo largo de este proceso se ha puesto de manifiesto la importancia de la transparencia y la ética como atributos estrechamente vinculados a la gestión empresarial.

En este sentido son muchos los expertos que desde el mundo empresarial han apoyado la idea de que la RSC ha fallado a la hora de reducir los riesgos y corregir conductas. Además, la tesis de que la crisis económica supondría el fin de la RSC ha sido recurrente.

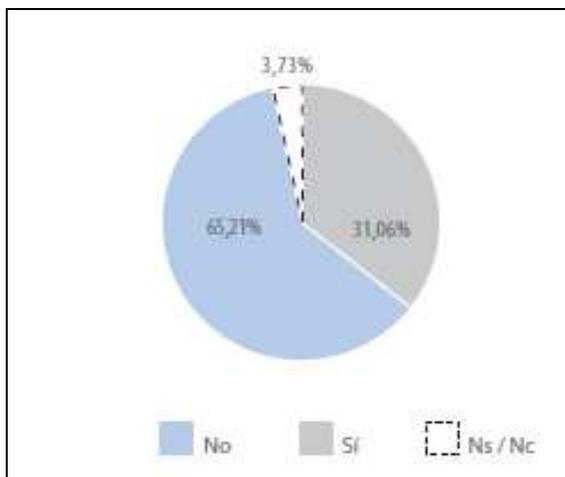
Siguiendo el informe Forética 2011, señalar que la crisis económica ha tenido un impacto directo sobre la actividad de las empresas en todos los ámbitos. Para equilibrar los presupuestos y ajustarse a las nuevas condiciones del mercado la mayoría de empresas han debido realizar ajustes en sus gastos e inversiones.

A esto hay que añadir que los presupuestos de las empresas han sufrido importantes recortes, especialmente en aquellas actividades más alejadas del 'core business' o con una menor tangibilidad de resultados, lo que sin duda representa un serio riesgo para los programas vinculados a la Responsabilidad Social Corporativa.

Tal y como se observa en el gráfico 1.8, una de cada tres empresas españolas (el 31,06% del total) ha dejado de realizar actividades de RSC como consecuencia directa de la crisis económica. Sin embargo aunque este dato no parezca muy positivo, pone de manifiesto la fortaleza de la RSC si se tiene en cuenta que desde la última edición de nuestro informe se han destruido 2,3 millones de puestos de trabajo y ciento treinta mil empresas.

En el lado contrario un 65,21% manifiestan que mantienen o incluso incrementan sus actividades de RSC.

Gráfico 1.8: Abandono de actividades de RSC.



Fuente: Informe Forética 2011

Los ciudadanos, en su papel de consumidores de bienes y servicios, también han adaptado sus conductas a esta nueva situación. La crisis ha aflorado nuevas inquietudes y una manera distinta de enfocar el acercamiento a la RSC.

Otra línea de pensamiento apunta hacia un fenómeno de “depuración de la RSC”. Esta tesis afirma que, si bien ha habido organizaciones que han abandonado, total o parcialmente sus prácticas de RSC, sólo ha sido así en el caso de organizaciones que no tenían integrada la RSE en su estrategia de negocio. En estos casos habría servido para moderar la exuberancia de determinadas políticas de RSE que eran consideradas como una parte accesoria y prescindible de la actividad corporativa.

Frente a este tipo de organizaciones aquellas que sí tienen integrada la RSC en su estrategia de negocio y la consideran como una herramienta de competitividad que permite gestionar mejor la organización, los riesgos de manera más eficiente y atraer y retener tanto a clientes como a empleados, no han abandonado este tipo de actividades.

Según el Consejo Estatal de Responsabilidad Social de España, la actual crisis financiera, instalada en la economía real, ha impactado con fuerza en las empresas, cambiando radicalmente el escenario global, y el rol que las empresas y otros actores sociales habrán de jugar en dicho escenario.

Para superar la crisis, será necesario que las empresas, las instituciones públicas, y la sociedad en general, aúnen esfuerzos y trabajen en paralelo, orientándose a la búsqueda de alternativas para un patrón de crecimiento económico diferente, que evite nuevas crisis y con ello sus consecuencias negativas.

En este nuevo contexto cabe preguntarse, entre otras cuestiones, si la RSC tiene futuro. Pero también, cabe plantear si, frente a postulados que sugieren que puede quedar postergada por los efectos de la crisis, puede suponer una eficaz herramienta para la mejora del modelo productivo, fortaleciendo y reforzando una nueva orientación hacia un desarrollo económico más sostenible, próspero y fuerte, que integre las preocupaciones sociales, contemple el valor de la diversidad, fomente la igualdad de oportunidades, el respeto, la tolerancia y la convivencia.

Capítulo 2. EL SECTOR FINANCIERO COMO MARCO DE SITUACIÓN.

2.1. INTRODUCCIÓN.

Actualmente se habla de un cambio en las expectativas de la sociedad sobre el papel que deben tener las empresas en la salida de la crisis financiera.

Y el foco de atención apunta especialmente al sector financiero.

La crisis financiera a partir del año 2007 ha condicionado completamente el desarrollo reciente del sistema financiero español.

Y, en nuestro país, es en el año 2010 cuando se percibe la gran reordenación del sector bancario propiciada por la crisis.

Dicha reordenación ha transformado de forma radical el mapa bancario español y, sobre todo, de las cajas de ahorros (muchas de ellas operando ya a través de bancos) y de las cooperativas de crédito, y se ha instrumentado mediante fusiones y adquisiciones y, particularmente, mediante la formación de Sistemas Institucionales de Protección (SIP), una novedosa fórmula de concentración empresarial.

Este proceso de reestructuración del sector está provocando repercusiones directas en el conjunto de la economía nacional.

2.2. QUÉ SE ENTIENDE POR SECTOR FINANCIERO.

El sector financiero de un país –en sentido general- lo componen un conjunto de instituciones, medios y mercados, que tienen el objetivo principal de canalizar el ahorro que generan los prestamistas o unidades de gasto con superávit, hacia los prestatarios o unidades de gasto con déficit.

Esta labor de intermediación la realizan las instituciones que componen el sistema financiero, y se considera básica para realizar la transformación de los activos financieros “primarios” (emitidos por las unidades inversoras para obtener fondos) en activos financieros “indirectos” (más acordes con las preferencias de los ahorradores).

El sistema financiero está formado por los instrumentos (o activos financieros), por las instituciones (o intermediarios) y por los mercados financieros: los intermediarios compran y venden los activos en los mercados financieros

En una economía de mercado, el sistema financiero cumple la importante misión de captar el excedente de los ahorradores y canalizarlo hacia los prestatarios públicos o privados.

2.3. EL SECTOR FINANCIERO ESPAÑOL ANALIZADO EN EL CONTEXTO EUROPEO E INTERNACIONAL.

En el año 1957 se firma el Tratado de Roma, y a partir de dicho momento se adoptan distintas iniciativas en Europa para crear un mercado único de servicios financieros.

Para lograr un avance en el proceso de integración financiera ha sido necesario crear un marco regulador de las instituciones financieras mediante diversas directivas, destacando la Primera (1977) y la Segunda (1989) Directiva Bancaria.

También cabe destacar la aprobación de regulación sobre los requerimientos del capital con Basilea I en 1974 (a la que han seguido Basilea II en 2004 y la reciente Basilea III, en 2010). El 1 de enero de 1993 entra en vigor la Segunda Directiva de Coordinación Bancaria y comienza el principio de autorización única que capacita a los bancos y otras entidades de crédito a establecerse libremente mediante sucursales y ofrecer sus servicios en toda la Comunidad Europea.

A partir de este momento el mercado interior en el sector bancario es una realidad.

A pesar del avance en el proceso de integración financiero, la situación distaba mucho del concepto de mercado único integrado, y por este motivo, el Consejo Europeo de Cardiff, en junio de 1998, instó a la Comisión Europea a presentar un marco de acción para mejorar el desarrollo del mercado único. A raíz de dicha petición, la Comisión aprobó el 11 de mayo de 1999 el Plan de Acción de los Servicios Financieros (PASF), convirtiéndose en el marco que ha condicionado la evolución reciente del sector bancario europeo en un contexto de consolidación, integración e internacionalización de la actividad bancaria.

Por otra parte, la adopción del euro también ha actuado como catalizador de este proceso de integración financiera.

El PASF lo formaron 42 medidas a implementar entre los años 1999-2005, con el objetivo de crear un mercado financiero único en la Unión Europea.

En el año 2005, la Comisión Europea publica el denominado Libro Blanco de los Servicios Financieros, donde se reflejan las prioridades de la Comisión en política de servicios financieros para el período 2005-2010.

Otro cambio en el marco regulador fue la aprobación de las normas internacionales de información financiera (NIIF). La Circular Contable 4/2004 del Banco de España entró en vigor el 1 de enero de 2005 y su objetivo fue adaptar el marco contable de las entidades financieras para que se adecuasen a las NIIF.

A nivel internacional, las carencias del sistema de supervisión del sector financiero emergen durante la crisis de 2007-2008. A partir de este momento, se hace necesaria una profunda revisión de los mecanismos de supervisión, lo que permite que en poco tiempo se adopten múltiples medidas para controlar con más precisión el riesgo tomado por las distintas instituciones. Los llamados test de estrés se han convertido en una de las iniciativas estrella. Estados Unidos fue el país pionero en llevarlos a cabo y, en parte gracias a ello, consiguió devolver la confianza de los inversores en su sistema financiero.

Los países de la Unión Europea siguen el mismo camino, pero la reacción de los mercados acaba siendo la opuesta. A pesar de que a corto plazo los mercados entienden de forma positiva los resultados, la incapacidad de predecir el colapso del sistema financiero irlandés merma su credibilidad. La efectividad de los test de estrés, por lo tanto, no está garantizada. Los ejercicios de estrés pretenden analizar la capacidad de resistencia de las distintas instituciones ante condiciones muy adversas.

En España, el escenario de estrés supone un retroceso del PIB del 1,0% en 2011, una caída del precio de la vivienda del 12,3% y una tasa de paro del 21,3%. Éstas son las variables clave para que cada institución calcule su capacidad de resistencia en colaboración con el supervisor nacional y bajo la coordinación de la European Banking Authority (EBA).

También a consecuencia de esta crisis financiera, los gobiernos se ven obligados a ofrecer ayudas a las entidades financieras, importe que supone el 30% del PIB de la Unión Europea. Para evitar que se repita esta situación, se propone un marco europeo que permita a las entidades bancarias entrar en quiebra como cualquier otra empresa sin poner en riesgo la estabilidad financiera: Comunicación de la Comisión al Parlamento Europeo, al Consejo, al Comité Económico y Social Europeo, al Comité de las Regiones y al Banco Central Europeo, de 20 de octubre de 2010, denominada «Dotar a la UE de un marco para la gestión de crisis en el sector financiero»

La propuesta de Basilea III (Basel Committee on Banking Supervision, 2010) es introducir dos elementos clave para amortiguar el efecto procíclico: aumentar las reservas de capital y el cálculo de las provisiones crediticias basándose en la pérdida esperada (provisiones anticíclicas). El objetivo es que las entidades constituyan colchones en los momentos de bonanza económica para poder consumirlos, y así compensar las pérdidas crediticias, en momentos de recesión. Así se quiere evitar que las entidades reduzcan la oferta de crédito durante fases bajistas para poder cumplir con las exigencias regulatorias de capital.

Las causas de la crisis son controvertidas. Tal vez se ha tratado de “pánico financiero” (derivado de la incertidumbre), pero el consenso mayoritario sitúa las causas en los desequilibrios macroeconómicos de la economía mundial en la última década.

La recesión ha provocado un deterioro de la solvencia y un alza de la morosidad. El sector se ha visto abocado a una profunda reestructuración.

Es una reforma obligada. La crisis económica y financiera -que tiene lugar a nivel mundial- obliga a tomar medidas drásticas.

Volviendo la vista atrás: en febrero de 2007 el Wall Street Journal advierte del peligro de las *hipotecas subprime*, y del problema generado por los impagos de otros productos hipotecarios. En mayo, los fondos sobre hipotecas subprime se rechazan por los principales inversores (como Lehman Brothers). Desde la denominada Reserva Federal se advierten los primeros síntomas de la crisis. En junio varios fondos flexibles (hedge fund), que invertían en deuda titularizada de una importante gestora de fondos (Bear Stearns) entran en quiebra. Durante agosto de 2007 se transmite el problema a los mercados financieros.

Los “rescates” en la Unión Europea.

En 2010 comienzan los ‘rescates’ en el seno de la Unión Europea. Los países que han recibido algún tipo de ayuda financiera por parte de Europa desde los inicios de la crisis económica son: Irlanda, Grecia y Portugal. La historia de cada uno de estos países rescatados es distinta. En la actualidad, también España se ha unido a los países que han recibido algún tipo de ayuda financiera por parte de Europa; en este caso la ayuda es sólo a la banca, y no ha sido intervenido todo el país.

Grecia fue el primer país rescatado. El 11 de abril del 2010 la troika (Comisión Europea, Banco Central Europeo y Fondo Monetario Internacional) decide ofrecer un “supercrédito” de 30.000 millones de euros al país heleno.

El segundo país en recibir ayuda financiera fue Irlanda, recibiendo ayuda exterior por valor de 67.500 millones para superar la crisis.

El siguiente en acogerse al rescate económico fue Portugal, que el 17 de mayo de 2011 recibía la “ayuda de emergencia de la UE”. La eurozona concedió 78.000 millones de euros en forma de avales estatales a cambio de ajustes económicos.

En esta línea de rescates, el Gobierno español ha solicitado a Europa respaldo financiero para hacer frente a las necesidades de capital del sistema financiero español.

A fecha actual –junio 2012- el Eurogrupo ha autorizado recapitalizar las entidades financieras españolas. La línea que ha ofrecido el Ecofin es de hasta un máximo de 100.000 millones de euros. Los últimos cálculos indican que el sistema financiero español requerirá una inyección de capital de entre 51.000 y 62.000 millones de euros en un escenario adverso, según las auditoras independientes contratados por el Gobierno para conocer la situación del sector (Oliver Wyman y Roland Berger).

Resaltar que el sistema financiero español soportó bien la primera fase de la crisis, pero durante su expansión salieron a la luz las deficiencias del sector.

La reforma financiera pretende conseguir que haya menos entidades, pero que estén más fortalecidas y recuperen posiciones de liderazgo.

La crisis financiera ha motivado algunas operaciones de concentración en las que se han involucrado tanto a bancos como a cajas de ahorros e incluso nuevos bancos surgidos a partir de anteriores cajas de ahorros (tres de ellos Bankia, CaixaBank y Banca Cívica comenzaron a cotizar en la Bolsa de Valores en julio de 2011).

Capítulo 3. LA RSC EN EL SECTOR FINANCIERO.

3.1. INTRODUCCIÓN.

La actual crisis financiera ha afectado a los mercados mundiales y ha puesto en duda la reputación del sector financiero, al que se acusa de ser el principal culpable de la actual recesión económica (Bravo et al., 2011).

El descrédito de las entidades ha generado la desconfianza de la sociedad, provocando una aparente pérdida de su imagen pública. En la base de las críticas se encuentra el modelo de negocio que ha dominado este sector desde hace décadas, especialmente centrado en la consecución de rentabilidad financiera (Friedman, 1970). Sin embargo, la crisis ha puesto de manifiesto la vulnerabilidad de este planteamiento (Canals, 2010), sobre todo por la evolución en las expectativas de la sociedad respecto al rol de las empresas como ciudadanos con obligaciones.

La RSC presenta una estrecha relación con los períodos de crisis económica, de forma que la ausencia de inversiones en RSC se considera el desencadenante principal de los problemas financieros, al tiempo que su gestión efectiva puede ayudar a las entidades a minimizar los impactos negativos de la recesión (Selvi et al., 2010).

3.2. LA RSC EN EL SECTOR FINANCIERO.

El sector financiero se ha transformado profundamente en los últimos años a raíz de los importantes cambios acaecidos en la industria mundial (Poolthong y Mandhachitara, 2009).

El papel que desempeña el sistema financiero en la economía y el desarrollo de un país es evidente, pero no ha sido tenido en cuenta por los economistas hasta fechas relativamente recientes.

No es hasta principios del siglo XX cuando Schumpeter reconoce explícitamente la relación entre desarrollo financiero y real, estableciendo la intensificación financiera como condicionante del desarrollo. En este sentido, Levine (2000) llega a la conclusión de que lo importante para el crecimiento es la calidad y disponibilidad de los servicios financieros, no si los prestan bancos o mercados de valores. En sistemas con mayor intermediación bancaria, como ocurre en España, dicha responsabilidad corresponde en mayor medida a bancos, cajas de ahorros y cooperativas de crédito (que intermedian el 95,5% de los flujos financieros de nuestra economía).

Si por ‘desarrollo’ entendemos el crecimiento sostenible y cohesión social, la responsabilidad de las entidades financieras va más allá del ámbito puramente económico y abarca el ámbito social y medioambiental.

Las entidades financieras no sólo distribuyen los recursos de unos agentes a otros, sino que en esa transferencia de fondos asumen riesgo financieros y no financieros (éticos, sociales y medioambientales), tomando decisiones sobre el destino más o menos sostenible del dinero.

En el negocio bancario, si no se tienen en cuenta los riesgos éticos, sociales y medioambientales, se puede derivar en riesgos económicos: puede afectar a la reputación de la entidad y peligrar la obtención de capital en los mercados. Los accionistas (sobre todo los grandes inversores institucionales) exigen la evaluación de de estos riesgos en la gestión de carteras, ya que el valor a largo plazo de los activos financieros está condicionado a esos riesgos éticos, sociales y medioambientales.

Y la rendición de cuentas en las entidades financieras va más allá de los accionistas. Los acreedores tienen derecho a conocer la rentabilidad y el riesgo de su ahorro, pero también el destino ético del mismo.

Se puede concluir, por tanto, que el sector financiero (especialmente los intermediarios bancarios) tiene un importante papel en el desarrollo de la sociedad.

Resaltar que tras los procesos de fusiones y absorciones de los últimos años, los conglomerados financieros representan el 60 por 100 de las principales empresas del mundo y más del 40 por 100 de las 100 principales compañías, según la lista Forbes.

Estos grandes grupos financieros cuentan con un importante papel en el actual contexto geopolítico, y un creciente poder económico. Desde la perspectiva de sostenibilidad global, estas grandes uniones pueden aumentar el riesgo sistémico, ya que existe una interdependencia económica tan grande, que la supuesta crisis de un grupo financiero podría provocar daños directos sobre el sistema financiero y la economía en general.

No se debe olvidar que el concepto de RSC y las dimensiones que lo componen vienen determinados por las características particulares de las empresas en cada industria (Decker, 2004). En este sentido, resaltar que la globalización, desregulación, innovación financiera y aparición de nuevas tecnologías que modifican los tradicionales canales de distribución del servicio han provocado la creciente homogeneización de las entidades financieras, de tal forma que los consumidores ya no perciben diferencias sustanciales entre las distintas instituciones (Bravo *et al.*, 2009). A todo ello se une el contexto de los negocios internacionales en la última década, marcado por los frecuentes escándalos financieros y las dudas en las prácticas contables y de gestión (KPMG, 2008), y que culmina con la crisis económica de los mercados mundiales. El resultado es la pérdida de confianza de la sociedad en los sistemas financieros y en las entidades que operan en este sector, y un aumento de la conciencia social de reguladores, accionistas, empleados y consumidores que demandan mejores herramientas para la evaluación de las prácticas empresariales (KPMG, 2008).

A lo largo de la historia, el sector financiero ha sido objeto de fuertes críticas por sus prácticas de enriquecimiento rápido mediante instrumentos financieros que han tenido fatídicas repercusiones en el conjunto de la sociedad, sobre todo en la reciente crisis económica. En relación a este punto, un informe de Eurosif señala los desafíos medioambientales, sociales y de gobierno corporativo (ESG) a los que se enfrenta el sector bancario europeo, y los riesgos y oportunidades que éstos representan para los rendimientos a largo plazo (como se observa en la figura 3.1.).

Figura 3.1. Desafíos medioambientales, sociales y de gobierno corporativo del sector financiero

Desafíos clave	Aspectos medioambientales, sociales y de gobierno
Control del riesgo y transparencia	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Gestión del riesgo y transparencia ▪ Remuneración responsable
Préstamos responsables y distribución de los productos financieros	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Asuntos relativos a la protección del cliente ▪ Responsabilidad de producto ▪ Paraísos fiscales y secreto bancario
Satisfacción de los grupos de interés	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Permanencia y satisfacción de los clientes ▪ Compromiso por la transparencia
Impacto social	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Acceso al crédito y transparencia de las bases de datos de crédito ▪ Reestructuración y reubicación de puestos de trabajo ▪ Contrapartidas a las ayudas estatales ▪ Campañas para la sociedad civil
Gestión ambiental	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Impacto ambiental directo e indirecto de las actividades bancarias ▪ Compromiso de "no hacer daño"
Gestión del capital humano	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Atracción y retención del capital humano ▪ Gestión del envejecimiento

Fuente: Eurosif and CA Cheuvreux (2009) Informe Sector Financiero, N° 10 de la Serie, September 2009 Traducción al español realizada por Ecología y Desarrollo (ECODES)

En el contexto específico de España, se debe mencionar los recientes problemas presentados por determinadas entidades financieras (Caja Castilla La-Mancha, Bankia, etc) así como al actual proceso de fusión de las cajas de ahorros, aspectos que añaden un importante nivel de incertidumbre sobre el devenir de este sector en nuestro país.

Todo ello ha motivado un mayor interés de las entidades por la gestión de su RSC, hasta un punto en el que el sector financiero se ha convertido en una de las industrias más proactivas invirtiendo en este tipo de acciones (McDonald y Rundle-Thiele, 2008).

En el caso concreto español, la fuerte tradición social de las cajas de ahorros (García de los Salmones et al., 2009) en comparación con la marcada orientación económica y de mercado de los bancos (Penelas, 1998) conlleva que ambos tipos de entidades desarrollen estrategias de RSC muy diferentes.

3.3. IMPACTO DE LA RSC DEL SECTOR FINANCIERO ESPAÑOL.

El sector financiero influye de forma importante en el desarrollo social y económico, marcando quién accede al crédito y qué actividades se financian, lo que conlleva una gran responsabilidad social.

Según el Informe 2007 “La Responsabilidad Social Corporativa en España” de 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.

En el negocio de la banca minorista se destaca la inclusión y alfabetización financiera. Aunque en los países desarrollados existen aceptables niveles de bancarización del sistema financiero, la accesibilidad a los productos y servicios financieros sigue siendo difícil para los colectivos en riesgo de exclusión y las zonas geográficas normalmente excluidas de la provisión de servicios. Los segmentos sociales de rentas más bajas no suelen tener las garantías que solicita la banca tradicional. Por otra parte, la falta de cultura financiera dificulta el uso de los servicios financieros, en línea con las necesidades personales del cliente.

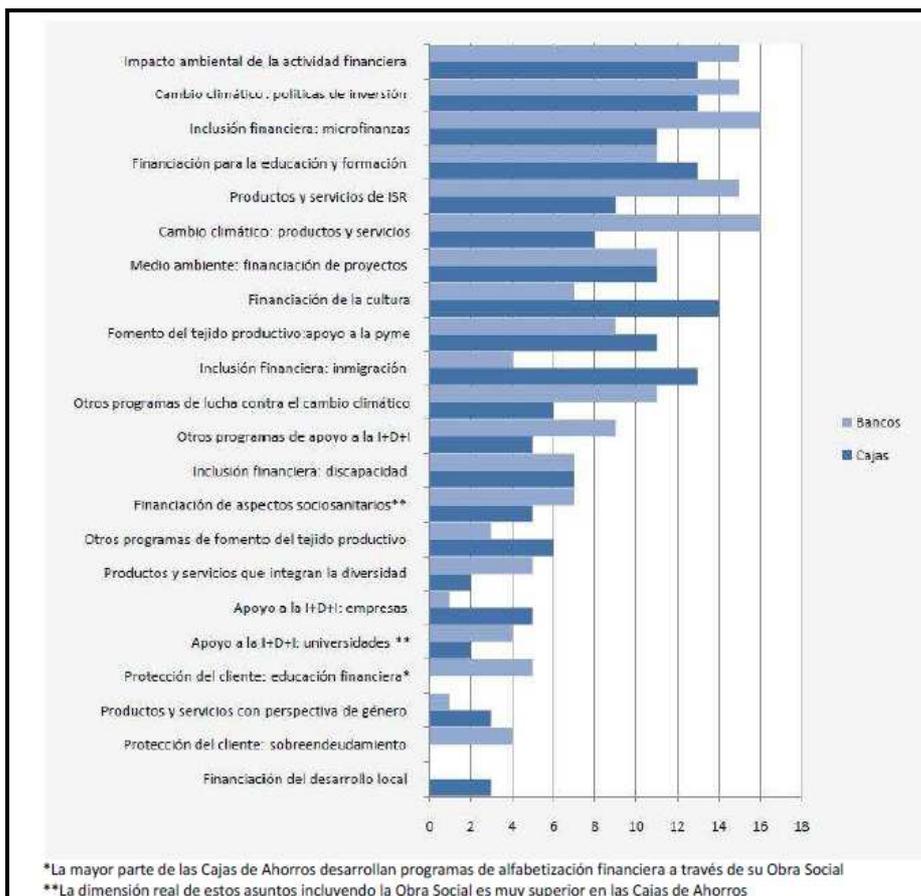
En cuanto a las actividades relacionadas con la banca corporativa o de inversión, la financiación de proyectos es la actividad con la que el sector financiero puede producir mayores impactos (tanto positivos como negativos) en el desarrollo de una sociedad. Su capacidad para decidir qué proyectos tendrán fondos para ejecutarse otorga a la banca una posición de liderazgo en cualquier sistema económico, y la consiguiente responsabilidad de incorporar criterios no financieros en la evaluación de operaciones.

Por último, la contribución de la banca a la sostenibilidad mediante la gestión de activos (como fondos de inversión y fondos de pensiones) se concreta a través de la Inversión Socialmente Responsable (ISR). La ISR incorpora en el análisis y en la toma de

decisiones de inversión, además de los criterios económicos tradicionales, el impacto de factores medioambientales, sociales y de gobierno corporativo.

Partiendo del informe del año 2008 de Responsables Consulting: "Libro verde sobre la Responsabilidad Social Corporativa en el sector financiero", el análisis de las iniciativas de RSC del sector identifica como asuntos relevantes (y diferenciales) en la contribución del sector financiero a la sostenibilidad: la lucha contra el blanqueo de capitales, el gobierno de las entidades financieras (transparencia, control de riesgos o planteamiento del negocio a largo plazo), la facilitación del acceso a la financiación a las pymes, y los impactos derivados de la financiación de grandes proyectos. Estos aspectos aparecen recogidos en la figura 3.2.

Figura 3.2. Aspectos considerados en los informes de sostenibilidad de entidades financieras.



Fuente: Responsables Consulting (2008) Libro verde sobre la Responsabilidad Social Corporativa en el sector financiero: Una aproximación a la sostenibilidad desde las entidades financieras. Confederación Española de Cajas de Ahorro, Madrid.

Para ilustrar mediante casos concretos de las diferentes iniciativas de las entidades financieras en España, se analizan en profundidad los proyectos de RSC en dos de las grandes entidades de nuestro país: Grupo BBVA y Grupo Santander.

GRUPO BBVA

Historia del Grupo BBVA.

El Grupo BBVA es una entidad financiera multinacional con una posición destacada en España y América Latina y una creciente presencia en Estados Unidos y Asia.

Su historia comienza en 1857, cuando la Junta de Comercio promueve la creación del Banco de Bilbao. Por otro lado, a finales del siglo XIX y principios del siglo XX se crean el Banco de Vizcaya, Caja Postal, Banco Exterior –entre otros- que, a lo largo del siglo XX se amplían y forman grupos financieros de mayor tamaño, y en 1999 se integran en el Grupo BBVA.

La expansión internacional de BBVA comenzó en 1902, cuando el Banco de Bilbao abrió una sucursal en París y en 1918 una oficina en Londres, adelantándose así en varias décadas al resto de la banca española. Y es a partir de 1960 cuando incrementa su presencia internacional. y en la década de 1990, comienza a desarrollar una estrategia de expansión internacional y construye una gran franquicia en América Latina. Esto implicó una importante inversión en capital, tecnología y recursos humanos sustentada principalmente en la adquisición total o parcial de los principales bancos locales de diferentes países (Perú, México, Colombia, Argentina, Venezuela, Chile etc.). En 2004, BBVA comienza otra línea de expansión internacional, entrando en EE.UU., a través de compras de bancos locales en los estados del sur.

Según un reciente estudio realizado por Ayuso S. y Arenas D. y publicado en febrero de 2012: “La RSC en la empresa internacional: BBVA”, el caso del BBVA ilustra algunas consideraciones generales sobre la implantación de prácticas de RSC en las empresas.

Se identifican varios factores de éxito para desarrollar la estrategia y las actuaciones de su RSC en el contexto internacional:

-Respuesta a las principales cuestiones sociales y ambientales: Para estructurar su política de RSC, el Grupo BBVA define focos prioritarios de actuación que responden a los principales retos del sector financiero y que están ligados a su actividad de negocio. Además, en sus filiales de Latinoamérica, el Grupo mantiene su compromiso con la educación a colectivos infantiles desfavorecidos, pilar fundamental para mejorar el desarrollo de esas sociedades.

-Estrategia “glocal” de RSC: La gestión de la RSC del Grupo BBVA ha evolucionado en los últimos años de un enfoque multi-local, a una aproximación “glocal”. Se combina la coordinación centralizada por la casa matriz con una independencia estratégica y organizativa de las filiales para adaptar los principios corporativos a las particularidades locales.

-Enfoque participativo: A pesar de que el proceso de definición del Plan Estratégico de RSC del Grupo se impulsa desde la alta dirección y el Consejo de Administración, cuenta con la participación de los directivos de todas las áreas de negocio del Grupo.

-Coordinación transversal e internacional: Con la finalidad de integrar la RSC en todas las unidades y áreas geográficas del Grupo y lograr una mejor coordinación internacional, la estructura organizativa formal del Grupo BBVA se complementa con la creación de diferentes comités transversales (a nivel global y local). Estos comités sirven como mecanismo de comunicación interna y facilitan la transferencia de aprendizajes entre las filiales y la matriz y la extensión de iniciativas exitosas.

-Implicación de voluntarios y alianzas con stakeholders locales: BBVA consigue resultados positivos al implicar a voluntarios de sus filiales en los programas de RSC y buscando la colaboración de gobiernos y entidades de la región. Estas colaboraciones no sólo contribuyen a una gestión más eficaz y eficiente, sino también promueven el compromiso de los empleados y la legitimidad para operar del Grupo.

Datos RSC del año 2011 del Grupo BBVA.

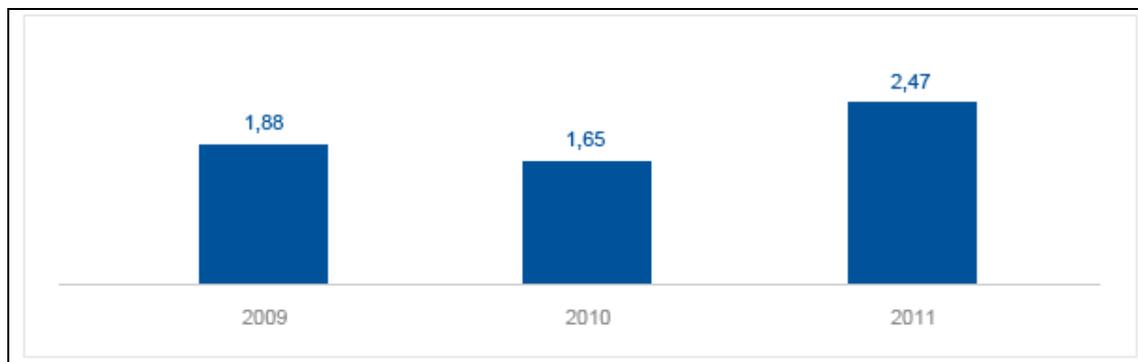
Los datos aparecen recogidos en el Informe Anual integrado del año 2011.

Por segundo año, la información no financiera de la entidad se integra en el Informe Anual del Grupo BBVA.

La información incluida en el informe ha sido auditada por Deloitte y se desglosa en cuatro áreas: Inclusión Financiera, Educación Financiera, Banca responsable y Compromiso con la Sociedad.

Como se observa en la tabla 3.1, en el año 2011 BBVA destina el 2,47 % del beneficio atribuido al grupo en el ejercicio, lo que supone 74,24 millones de euros en actividades desarrolladas en el marco de su compromiso con la sociedad.

Tabla 3.1. Inversión en RSC del BBVA año 2011.



Fuente: BBVA

BBVA valora el avance en materia de RSC en el año 2011, destacando dos frentes: en materia de gobierno de la RRC (responsabilidad y reputación corporativas) se ha involucrado al comité de dirección del Grupo, así como a los de cada país, que sustituye las funciones de los comités de RRC que había hasta ahora. Esto supone un gran avance en la integración de la RRC en el día a día del negocio. Por su parte, en relación a sus

focos estratégicos, se han dado pasos decididos en inclusión financiera, educación financiera, banca responsable y compromiso con la sociedad.

Las acciones específicas a destacar son más de 2.500 millones de euros en microcréditos en América Latina, el inicio de un plan de compras responsables, el proyecto de reporting integrado, el plan global de educación financiera o el proyecto Momentum de apoyo a emprendedores sociales.

Retos en RSC del Grupo BBVA.

La evolución de la estrategia de RSC del Grupo BBVA en los últimos años refuerza la idea de que aporta beneficios más allá del impacto positivo sobre la sociedad y el medio ambiente

Según datos publicados por la entidad, los próximos retos en el área de RSC son seguir avanzando en mejorar el impacto de BBVA en la sociedad, en trabajar por un futuro mejor para las personas y en hacer de la RSC una herramienta de gestión empresarial del negocio del Grupo BBVA que impregne todas las actividades del Grupo en cualquier ubicación. Se está preparando el siguiente plan estratégico de RSC que tomará el relevo del aprobado en mayo de 2008.

GRUPO SANTANDER

Historia del Grupo Santander.

El Banco Santander se crea el 15 de mayo de 1857, cuando la Reina Isabel II firma el Real Decreto que autoriza su constitución. Desde sus orígenes fue un banco abierto al exterior, inicialmente ligado al comercio entre el puerto de Santander e Iberoamérica.

Entre los años 1900 y 1919 dobla balance, amplió su capital, aumenta sus ingresos y su rentabilidad se coloca por encima de la media de las sociedades de crédito españolas. En febrero de 1920 Emilio Botín y López es nombrado primer presidente fijo. Cuando Emilio Botín Sanz de Sautuola y López es nombrado director general de la entidad y en 1950 asume la presidencia e impulsa un gran proceso de expansión por toda España e Iberoamérica, creando el Banco Intercontinental Español (Bankinter) y adquiriendo en 1976 el First National Bank de Puerto Rico y la del Banco Español-Chile en 1982, repitiendo el proceso en 1995. En 1986 el actual presidente Emilio Botín Sanz de Sautuola y García de los Ríos, es elegido (tras el retiro de su padre). En sus dos primeros años se sientan las bases para afrontar el reto de la modernización y expansión. A finales de los 80, se adquiere en Alemania la CC-Bank a Bank of America. Se compra también una participación en el Banco de Comercio e Industria en Portugal y la alianza estratégica con The Royal Bank of Scotland, en 1988. En 1994 compra el Banco Español de Crédito (Banesto), y en enero de 1999 Banco Santander y BCH protagonizan la primera gran fusión bancaria en la Europa del euro. En 2003, se constituye Santander Consumer, al integrar la alemana CC-Bank, la italiana Finconsumo, Hispamer en España y otras sociedades del Grupo. En abril de 2004 se trasladan los servicios centrales en Madrid a la nueva Sede Corporativa, la Ciudad Santander, y en noviembre, se incorpora el Grupo de Abbey, sexto banco del Reino Unido. En 2005 se toma la primera participación en EEUU, con 19,8% en Sovereign Bancorp, banco número 18 dicho país. En 2007 se firma (en consorcio con Royal Bank of Scotland y Fortis) la compra de ABN Amro, con la que se adjudica Banco Real en Brasil, doblando así su presencia en el país. En 2008, sigue creciendo: en Reino Unido se incorporaron Alliance & Leicester y Bradford & Bingley. En 2010, entra en el negocio de la banca comercial en EEUU con la adquisición de Sovereign (con 723

oficinas en el noreste de los EEUU) y se alcanza un acuerdo para comprar las sucursales fuera de Escocia del Royal Bank of Scotland (RBS) y se adquiere el 25% de Santander México que era propiedad de Bank of America. En 2011 se incorpora el grupo escandinavo SEB en Alemania, a través de Santander Consumer AG, y se adquiere el banco polaco Bank Zachodni WBK.

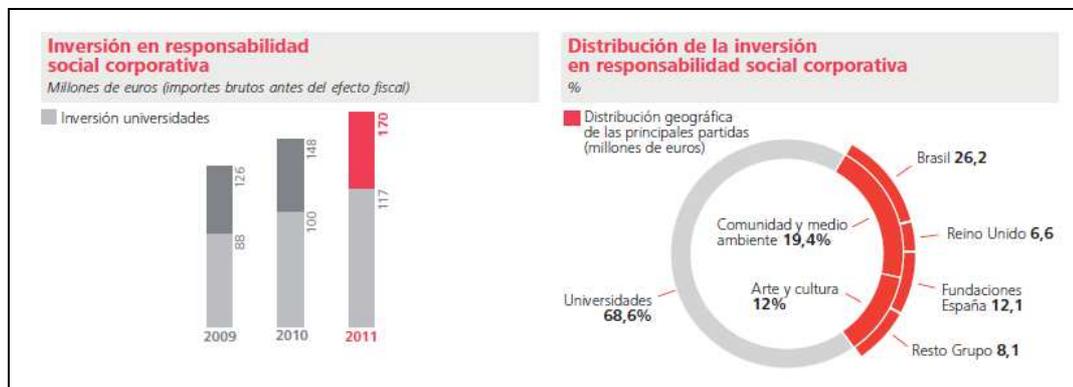
Datos RSC del año 2011 del Grupo Santander.

Los datos aparecen recogidos en el informe no financiero que anualmente publica el banco y que se edita bajo el título de Memoria de Sostenibilidad. Se trata del décimo documento anual que publica Banco Santander dando cuenta de sus compromisos en materia de sostenibilidad y se refiere al periodo: del 1 de enero al 31 de diciembre 2011. Desde el año 2003, la Memoria de sostenibilidad ha sido verificada por Deloitte S.L.

El Banco Santander, en 2011 destina 170 millones € a proyectos de Responsabilidad Social Corporativa (RSC), lo que supone un 15% más que el año anterior.

Como se observa en la tabla 3.2, de los 170 millones de euros que se destinaron a actuaciones de RSC en 2011, 117 se han invertido en educación superior y 53 en otros programas sociales, distribuidos de la siguiente manera: a comunidades locales y medio ambiente se dedicó el 19,4% del total, y a arte y cultura, el 12%. En cuanto a la distribución geográfica: 26,2 millones fueron para Brasil, 12,1 millones a España, 6,6 millones a Reino Unido y 8,1 millones al resto del mundo.

Tabla 3.2. Inversión en RSC del Banco Santander año 2011.



Fuente: Memoria de Sostenibilidad 2011, Banco Santander

La actuación en Responsabilidad Social Empresarial del Banco Santander se fundamenta especialmente en la inversión en educación superior, pero también en medio ambiente o desarrollo local.

Según la entidad, su política de sostenibilidad se vertebra en tres ejes: educación superior; apoyo a las comunidades locales, el medio ambiente y el cambio climático, y relaciones estables y duraderas con los grupos de interés. En cuanto a la educación superior, Santander, que concedió 21.799 becas y ayudas al estudio a 800 universidades en 2011, estima que se crearon 330.568 primeros empleos a través de Universia (de la que forman parte 1.232 universidades). Al mismo tiempo, ha cuantificado en 40 los proyectos de incubación de empresas correspondientes al ejercicio 2010, lo que ha permitido la puesta en marcha de 400 empresas universitarias. Las cifras registradas en 2011 dentro de este apartado se completan con la firma de 990 convenios en 17 países y la expedición de 5,3 millones de tarjetas universitarias inteligentes. La inversión en programas de educación infantil alcanzó los 16,7 millones. La entidad pone en valor en su memoria, dentro de su programa de becas, la campaña Becas Santander CRUE-Cepyme, en la que se han inscrito 3.000 pymes y 50.000 estudiantes de segundo ciclo, lo que supone, según el banco, más del 25% del público objetivo.

En apoyo a las comunidades locales, Santander destinó 53 millones en el año 2011. Esta cantidad ha favorecido a más de 250.000 microemprendedores de Brasil, Chile y El Salvador (un 12,7% más frente a 2010, según señala la memoria de la entidad). Entre otros proyectos de este apartado destacan un plan de educación financiera en Brasil, Reino Unido y España, e iniciativas de educación infantil en México (Bécalos), Brasil (Projeto Escola) o Polonia (Bank of Children). En cuanto al área de arte y cultura, se destinó 20 millones en 2011.

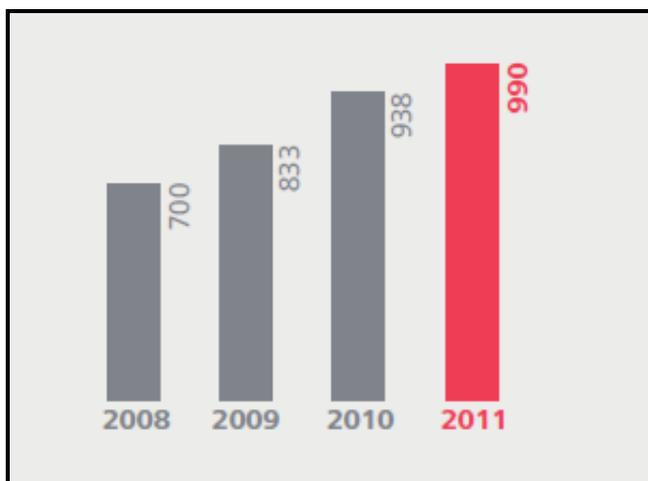
Retos en RSC del Grupo Santander.

Según se refleja en la Memoria de sostenibilidad 2011, los próximos retos para 2012 en el área de RSC son:

Universidades: apoyar la educación superior, la investigación y el emprendimiento como palancas clave del desarrollo social y económico de los países en los que el Banco está presente, a través de iniciativas como:

- Impulsar el lanzamiento de programas de colaboración entre Europa, América y Asia.
- Convocatoria de 2.400 becas Santander Iberoamérica para estudiantes y jóvenes profesores e investigadores.
- Adjudicación en España de las primeras 2.500 becas de prácticas profesionales para universitarios en pequeñas y medianas empresas (Becas pyme) y convocatoria de otras 2.500 para el curso 2012-13.
- Celebración del primer encuentro iberoamericano Desafío Red Emprendia con spin-offs de las universidades socias e inversores.
- Creación de un centro de formación de emprendedores y fomento de la cultura emprendedora.
- Creación del proyecto I3C para la difusión de la producción científica generada en la comunidad iberoamericana.

Tabla 3.3. Evolución del nº de universidades con convenio B.Santander.

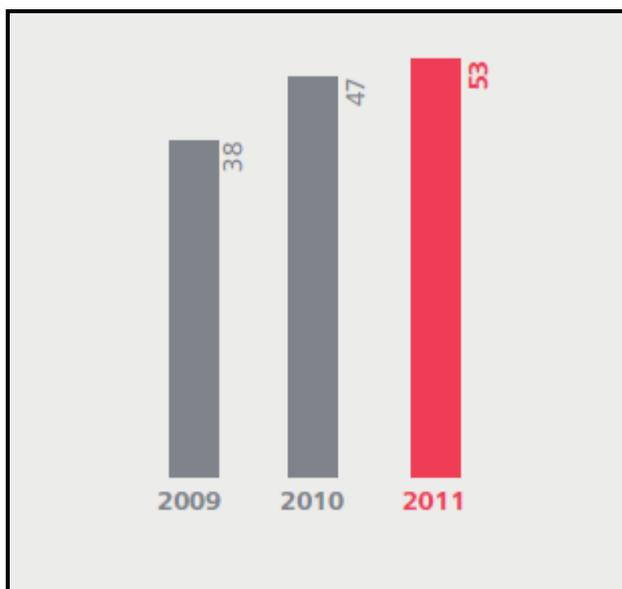


Fuente: Memoria de Sostenibilidad 2011, Banco Santander

Comunidad: el compromiso es contribuir al desarrollo económico y social de las comunidades donde el Banco está presente a través de iniciativas que promueven la educación infantil, el microemprendimiento y la inclusión financiera. Las iniciativas propuestas para 2012 son:

- Impulsar la expansión del microcrédito en Latinoamérica, especialmente en México.
- Impulsar el desarrollo de programas e iniciativas sociales que fomenten la participación de los empleados.
- Promover la educación financiera entre colectivos desfavorecidos.
- Desarrollar nuevos canales de difusión de las iniciativas sociales del Grupo en los distintos países.
- Avanzar en la medición del impacto económico de las iniciativas sociales del Grupo.

Tabla 3.4. Evolución inversión B.Santander en la comunidad (millones €).



Fuente: Memoria de Sostenibilidad 2011, Banco Santander

Medio ambiente y cambio climático: el Banco Santander presta especial atención a la protección del medio ambiente y a la lucha contra el cambio climático en el desarrollo de su actividad bancaria, mediante el control de los consumos y emisiones de sus instalaciones, el análisis del riesgo social y ambiental en las operaciones de crédito y la promoción de las energías renovables y la eficiencia energética.

Los objetivos para 2012 son:

- Consolidación de la oficina de cambio climático.
- Lanzamiento portal huella ambiental.
- Consolidación de las mejores prácticas entre países para la gestión ambiental.
- Desarrollo de un plan de compensación de las emisiones de CO2.
- Impulso del voluntariado corporativo ligado a actuaciones de medio ambiente.
- Adaptación a los nuevos requisitos de los Principios del Ecuador en el análisis del riesgo social y ambiental en operaciones de crédito.
- Desarrollo de un plan de contratación sostenible de madera o papel, procedentes de bosques gestionados de forma sostenible conforme a estándares internacionales.

Grupos de interés: accionistas e inversores, clientes, empleados y proveedores.

Accionistas e inversores: El compromiso de Banco Santander tiene dos ejes fundamentales: la creación de valor a largo plazo y la máxima transparencia informativa. Santander da un trato equitativo a todos los accionistas, potencia un diálogo fluido y fomenta su participación en la marcha del Banco. Los objetivos para 2012 son los siguientes:

- Aumento de la implicación de los accionistas en la junta general, fomentando la participación informada mediante medios electrónicos.
- Desarrollo de actividades de fomento de la educación financiera en universidades utilizando la acción como referencia.
- Avance en la implantación de iniciativas solidarias.

Clientes: Compromiso de conseguir la mejor calidad de servicio y satisfacción de los clientes, manteniendo relaciones estables y ofreciéndoles los productos y servicios que mejor se adapten a sus necesidades y perfil de riesgo. Los objetivos para 2012 son:

- Consolidación de planes estratégicos de calidad a medio plazo, en México, Chile, Argentina, Reino Unido y Brasil. Actualización del plan en España.
- Avanzar en la gestión de la calidad y en su integración en la gestión comercial.
- Incorporación de indicadores de calidad en la gestión comercial.
- Evolución del modelo corporativo de gestión de incidencias y reclamaciones, e implantación en otros países.

-Reforzar la incorporación de la cultura de servicio como uno de los pilares básicos de la orientación al cliente.

Empleados: Santander aspira a ser una de las mejores empresas para trabajar y promueve la gestión global del talento y el liderazgo, el conocimiento compartido y el compromiso de los profesionales como pilares clave para apoyar la estrategia de negocio. Los objetivos para 2012 son:

- Extensión del modelo corporativo de desarrollo del talento a otros países y negocios como Reino Unido, Seguros y Santander Consumer Alemania.
- Lanzamiento de nuevos programas de desarrollo del talento, como Santander Leaders in Action (SLIA).
- Inicio de la implantación en todos los países del nuevo modelo corporativo de evaluación para Top y Dir Red.
- Lanzamiento del Plan de Acción para la mejora de la satisfacción y el compromiso de los profesionales, con especial atención a la división de banca comercial.
- Extensión programa Voluntarios Santander Comprometidos a otros ámbitos y países.
- Puesta en marcha de la estrategia de posicionamiento en redes sociales.

Proveedores: compromiso de optimizar la relación entre coste y calidad de los bienes y servicios adquiridos y mantener relaciones estables basadas en la ética y la transparencia. Los objetivos para 2012 son:

- Avance en la implantación de Aquanima como factoría de compras del Grupo en sociedades y geografías en las que aún no gestiona los procesos de compra.
- Puesta en marcha y aplicación de la nueva política de homologación de proveedores.
- Elaboración de inventario global de proveedores como elemento básico de control y para mejorar la evaluación de los servicios prestados al Grupo.
- Incremento y diversificación de los proveedores, respetando los criterios de homologación exigidos a tal efecto.
- Mejora del conocimiento de los proveedores a través de iniciativas concretas adaptadas a la realidad de cada país.

Por lo tanto, esta investigación nos ha permitido conocer qué acciones de RSC desarrollan el Grupo BBVA y Grupo Santander y cómo comunican a la sociedad sus esfuerzos en RSC.

Ambas entidades financieras proporcionan información y documentos sobre RSC en sus páginas webs, con accesos claros y rápidos a la documentación que los stakeholders puedan precisar para informarse sobre la labor de Responsabilidad Social de cada entidad, detallando los importes concretos que destinan en cada ejercicio a RSC y cómo se distribuyen (universidades, medio ambiente, etc), mostrando su evolución a lo largo de los años y sus objetivos para los próximos ejercicios.

El Grupo BBVA facilita información sobre RSC dentro del Informe Anual integrado del año 2011, mientras que el Grupo Santander presenta datos sobre RSC en el Informe de Sostenibilidad 2011 (de forma separada de los informes financieros).

Ambas entidades cuentan con departamentos de Responsabilidad Social.

Sin duda, la presentación de datos sobre RSC provoca efectos positivos en las entidades financieras, lo que conlleva que cada vez dediquen más esfuerzos a informar.

Y esta información se dirige con un doble sentido: publicitario e informativo (o de transparencia).

Es importante que la sociedad conozca las acciones de la entidad financiera, y convertir la RSC en un factor de prestigio, y también es necesario que exista transparencia y veracidad en la información que se facilita (en este sentido debe destacarse la labor de GRI, que ha aprobado diversas directrices sobre cómo presentar anualmente la información en materia de RSC).

Uno de los desafíos en el campo de la RSC es evitar que se convierta en una mera política empresarial de imagen. Debe respetarse la libertad de cada empresa en decidir la cuantía y forma en que aplica sus recursos en acciones de RSC, pero –por otra parte– debe permitir la posibilidad de su evaluación. En este sentido, la Declaración de Amsterdam de 2009 hacía un llamamiento a los Gobiernos para que se adoptasen medidas de promoción de las memorias de sostenibilidad que tuvieran acogida en el marco normativa financiero posterior a la crisis financiera iniciada en 2007/2008.

3.4. PERCEPCIÓN DE LA RSC DEL SECTOR FINANCIERO ESPAÑOL.

La imagen de la RSC de una entidad financiera puede venir condicionada por diversos factores, siendo uno de los más relevantes el interés que despiertan las temáticas sociales en el consumidor.

En este sentido, se ha observado que los clientes jerarquizan las distintas dimensiones de la RSC en función de sus preferencias y de aquellos aspectos sociales que consideran más relevantes (McDonald y Rundle-Thiele, 2008).

En un estudio realizado recientemente por Pérez-Ruiz y Rodríguez-del Bosque (2012) sobre la imagen de la RSC para los usuarios de servicios financieros en España, se concluye la importancia que conceden los ciudadanos a las actividades corporativas que les benefician más directamente como grupo de interés.

El trabajo de campo se realizó en abril de 2010 mediante encuestas a usuarios de servicios financieros. Los resultados se segmentaron para bancos (476 respuestas) y cajas de ahorros (648 respuestas), con el fin de analizar posibles diferencias en la percepción de RSC en los dos tipos de entidades.

Al analizar la imagen de RSC se observaron diferencias notables entre bancos y cajas de ahorros.

Los bancos son los que tienen la mejor imagen en atención a los clientes y accionistas, y las cajas de ahorros cuentan con mejor imagen en materia de actuaciones sociales, que se deriva de la tradicional orientación al mercado de los bancos y del fuerte compromiso de las cajas de ahorros con el apoyo a la comunidad.

Las entidades financieras deben seguir trabajando en intentar eliminar su imagen de fuerte orientación al beneficio, ya que la responsabilidad hacia los accionistas no resulta especialmente relevante para los usuarios de servicios financieros y puede ir en detrimento de la imagen de RSC de este tipo de entidades.

En este sentido, el modelo económico clásico que promueve la maximización del beneficio para los accionistas, ha sido especialmente criticado como uno de los

causantes de la reciente crisis financiera que ha provocado el descrédito de este sector a nivel internacional.

En el actual escenario de reestructuración financiera, entidades como el Banco Santander o el BBVA ya encuentran trabajando en esta línea, al centrar sus políticas de RSC especialmente en el apoyo a clientes y empleados, dos de los grupos de interés con mayor impacto en una empresa. Se espera que este tipo de políticas sean estratégicamente más efectivas en el largo plazo.

En cuanto a la comunicación de la responsabilidad social corporativa, es preciso que las entidades gestionen más eficientemente su comunicación corporativa en materia de RSC, una herramienta estratégica que ayuda a transmitir la identidad de la empresa.

3.5. VISIÓN GENERAL DE LA RSC EN EL SECTOR FINANCIERO.

De los análisis realizados se desprende que la integración de la RSC en el mundo financiero y –en concreto- en el negocio bancario, permite un aumento de la canalización del ahorro hacia proyectos ambientalmente o socialmente responsables, y el impacto social de su actividad es mucho mayor que en otros sectores (sus prácticas de RSC tienen gran impacto en la sociedad y, por otra parte, son percibidas por la ciudadanía).

La preocupación por la RSC en el entorno financiero aumenta, no sólo por la necesidad de estas entidades de gestionar adecuadamente sus riesgos reputacionales, éticos, sociales y medioambientales, sino también por la creciente presión de reguladores e instituciones gubernamentales, clientes y de la sociedad en general, que exigen mayor transparencia e involucración de la banca en la sociedad y en un desarrollo sostenible.

PARTE III

PRINCIPALES RESULTADOS Y CONCLUSIONES

CONCLUSIONES.

A lo largo de los últimos años está aumentando el interés por la dimensión social de las actividades de las empresas. La *responsabilidad social corporativa (RSC)* o *corporate social responsibility (CSR)* ha adquirido gran importancia en el mundo empresarial y en el entorno académico. No se trata de una moda pasajera, sino que se prevé que continuará captando el interés en el futuro.

La sociedad está evolucionando y cada vez es más exigente con las empresas; que - como principal agente económico- pueden contribuir a mejorar la calidad de vida de las poblaciones en las que operan.

Por una parte, hay grandes retos que afrontar como son la búsqueda de un mayor equilibrio ecológico y de una necesaria equidad social. Por otra parte, internet permite a los grupos de interés conocer el comportamiento de la empresa en todas sus vertientes, ya no solo tiene peso la comunicación de la propia empresa, sino que adquieren cada vez más relevancia la información y comunicación que sobre ella recibimos a través de fuentes, en principio, más objetivas como son otros actores sociales en los que confiamos.

La preocupación por la RSC no es un tema novedoso, sino que ha sido tratado desde mediados del siglo pasado (existen autores que sitúan sus comienzos en los años veinte y otros en los años cincuenta). Varios estudios han tratado la RSC y se han facilitado diversas definiciones al respecto. No hay consenso en cuanto a su definición, pero casi todos coinciden en señalar la multidimensionalidad de la RSC. El trabajo desarrollado por Carroll ha contado con considerable aceptación y ha sido utilizado por los investigadores durante los últimos tiempos. Carroll (1991) empleó la imagen de una pirámide para explicar los elementos de la responsabilidad empresarial: en su base sitúa la responsabilidad económica, sobre ella la legal, después la ética y en su cúspide la filantrópica.

En la actualidad, el concepto RSC predominante está enfocado a la obligación de llevar el comportamiento corporativo a un nivel superior en que sea congruente con las normas, valores y expectativas sociales existentes y no sólo con los criterios económicos y legales.

Desde la perspectiva jurídica, para que la RSC sea abordada de forma convincente será preciso un esfuerzo de consenso y contar con el respaldo de instituciones internacionales relevantes. (la implicación de Naciones Unidas, la OCDE y la Unión Europea está suponiendo el apoyo definitivo para que las empresas adquieran un compromiso). En la actualidad, ya existen varios organismos que se encargan de delimitar el concepto de RSC y sus actividades. A nivel internacional, citar organismos como: Global Compact de Naciones Unidas, GRI (Global Reporting Initiative), líneas directrices de la OCDE, documentos de la Unión Europea (como el Libro Verde 2001). Desde un punto de vista más local, destacar ASEPAM, Observatorio de la RSC, Forética, Club de excelencia en sostenibilidad y Consejo Estatal de responsabilidad social de España. Otras iniciativas de estandarización son la serie de normas AA1000 de AccountAbility y la GUÍA ISO 26000. En el sector financiero existen varias iniciativas para delimitar la RSC, como: Principios de Ecuador (PE), United Nations Environment Programme Finance Initiative (UNEP-FI), United Nations Principles for Responsible Investment (UNPRI), European Alliance for CSR, Principios Wolfsberg, United Nations Capital Development Fund (UNCDF) – Advisors Group on Inclusive Finance, European Social Investment Forum (EUROSIF), Foro español de la Inversión Socialmente Responsable, (SpainSIF), entre otros.

Por lo tanto, se ha producido una progresiva instauración de índices destinados a confirmar las prácticas de RSC, a analizar la información que publican y evaluar a las empresas en función de su capacidad para actuar de manera socialmente responsable.

Partiendo del informe de Forética 2011 (con datos del año 2010), una de las conclusiones a destacar con respecto a anteriores ediciones es el incremento sustancial en el conocimiento de la RSE por parte de las empresas españolas. Sin embargo, este crecimiento muestra ciertas asimetrías a subrayar. La responsabilidad social es hoy un

fenómeno notorio, pero la brecha de conocimiento entre las pequeñas empresas y las medianas y grandes se ha acrecentado de manera importante.

Respecto a la percepción de la RSC en las empresas españolas, Ipsos Public Affairs (instituto independiente de investigación de mercados) realiza periódicamente un estudio sobre la situación de la RSC en España y permite conocer la opinión de diferentes grupos de interés (stakeholders), entre los que se encuentran empresarios y directivos, analistas financieros, académicos, etc. Según su informe 2010, la mayoría de los entrevistados opinan que las empresas no prestan la atención necesaria a sus responsabilidades sociales.

El futuro de la RSC se verá sin duda afectado por el actual escenario económico y financiero, ya que las prácticas responsables son muy sensibles a las crisis (especialmente en las pequeñas y medianas empresas).

Se puede decir que el futuro de la RSC es confuso e incierto en el sentido de que cada empresa entiende por ‘responsabilidad social’ aquello que más le conviene, y a pesar de todos los esfuerzos que se están realizando por uniformar definiciones, hasta la fecha no existen normas internacionales y el carácter de la RSC es –ante todo- voluntario.

Uno de los desafíos de la RSC será evitar convertirse en una simple política empresarial de imagen, difícilmente susceptible de ser evaluada.

El *sector financiero* es una pieza clave para el buen funcionamiento de la economía. Al mismo tiempo, su actividad tiene un gran impacto social, dado que las entidades financieras permiten la canalización de los recursos económicos hacia las actividades más productivas, lo que hace posible generar mayores niveles de productividad, empleo, crecimiento económico y bienestar social, de ahí la importancia de sus políticas de RSC.

Para analizar *la RSC en el sector financiero* se ha partido de la premisa de que tanto el concepto como dimensiones de la RSC vienen determinados por las particularidades de cada sector. En la actualidad, factores como la globalización, innovación financiera, etc, han originado una creciente homogeneización de las entidades financieras y los consumidores ya no perciben diferencias sustanciales entre ellas. Por otra parte, la actual crisis financiera ha afectado a los mercados mundiales y ha puesto en duda la reputación del sector financiero, al que se acusa de ser el principal culpable de la actual recesión económica. El descrédito de las entidades ha generado la desconfianza de la sociedad, provocando una aparente pérdida de su imagen pública.

Se ha valorado el impacto de la RSC del sector financiero español a través del análisis de los informes anuales de dos de las grandes entidades financieras de nuestro país: Grupo BBVA y Grupo Santander. Ésta investigación nos ha permitido conocer qué acciones de RSC desarrollan y cómo comunican a la sociedad sus esfuerzos en este campo. Ambas entidades financieras proporcionan información y documentos sobre RSC en sus páginas webs, con accesos claros y rápidos a la documentación que los stakeholders puedan precisar para informarse sobre la labor de Responsabilidad Social de cada entidad, detallando los importes concretos que destinan en cada ejercicio a RSC y cómo se distribuyen (universidades, medio ambiente, etc), mostrando su evolución a lo largo de los años y sus objetivos para los próximos ejercicios. El Grupo BBVA facilita información sobre RSC dentro de su Informe Anual integrado, mientras que el Grupo Santander presenta datos sobre RSC en el Informe de Sostenibilidad (separado de los informes financieros).

Sin duda, la presentación de datos sobre RSC provoca efectos positivos en las entidades financieras, lo que conlleva que cada vez dediquen más esfuerzos a informar.

Y esta información se dirige con un doble sentido: publicitario e informativo (o de transparencia). Es importante que la sociedad conozca las acciones de la entidad financiera, y convertir la RSC en un factor de prestigio, sin olvidar la transparencia y veracidad en la información que se facilita.

En relación a la percepción de la RSC del sector financiero español, destacar que existen considerables diferencias entre la imagen de los bancos y las cajas. Los bancos tienen la mejor imagen en atención a los clientes y accionistas, y las cajas de ahorros poseen mejor imagen en materia de actuaciones sociales (derivado de la tradicional orientación al mercado de los bancos y del fuerte compromiso de las cajas de ahorros con el apoyo a la comunidad)

Las entidades financieras deben seguir trabajando en intentar eliminar su imagen de fuerte orientación al beneficio, ya que la responsabilidad hacia los accionistas no resulta especialmente relevante para los usuarios de servicios financieros y puede ir en detrimento de la imagen de su RSC.

La preocupación por la RSC en el entorno financiero aumenta, no sólo por la necesidad de estas entidades de gestionar adecuadamente sus riesgos reputacionales, éticos, sociales y medioambientales, sino también por la creciente presión de reguladores e instituciones gubernamentales, clientes y de la sociedad en general, que exigen mayor transparencia e involucración de la banca en la sociedad y en un desarrollo sostenible.

Para finalizar, indicar como futuras líneas de investigación que completasen y ampliasen este trabajo, las siguientes:

- extender el análisis a otras entidades financieras españolas, lo que permitiría realizar comparativas entre ellas y estimar conclusiones.
- observar la evolución a lo largo de los años de las inversiones en RSC de las entidades financieras, valorando si el esfuerzo inversor es acorde a su obtención de beneficios o se ve más influido por las demandas sociales.
- realizar un análisis más cuantitativo (con encuestas a los responsables de departamento de RSC, a los ‘grupos de interés’, etc)
- comparar los las actividades en materia de RSC del sector financiero español con el de otros países.

BIBLIOGRAFÍA.

Alvarado, A. (2007). “Evolución epistemológica de la responsabilidad social empresarial: del management al marketing”. Trabajo de Investigación no publicado. Departamento de Comercialización e Investigación de Mercados, Universidad de Valencia.

Banco de España (2010), “La reestructuración de las cajas de ahorros en España”, 29 de junio. Disponible en: www.bde.es. Consultado el 11 de mayo de 2012

Bowen, H.R. (1953) “Social Responsibilities of the businessman Harper” New York.

Brown, T.J. y Dacin P. A. (1997), “The Company and The Product: Corporate Associations and Consumer Product Responses”, Journal of Marketing,

Bravo, R.; Montaner, T.; Pina, J. (2009) “La imagen corporativa de la banca comercial. Diferencias entre segmentos de consumidores”, Universia Business Review.

Boatright, J. R. (1993): “Ethics and the conduct of business”. Englewood Cliffs: Prentice Hall

De la Cuesta, M., Valor, M., Sanmartin, S. y Botija, M. (2002): “La Responsabilidad Social Corporativa. Una aplicación a España”. UNED / Fundación Economistas sin Fronteras.

Carroll, A. (1991): “The Pyramid of Corporate Social Responsibility: Toward the Moral management of organizational stakeholders”. Business Horizons.

Cervera, A. (2007): “Responsabilidad social de la empresa. Aportaciones desde la disciplina del marketing”. En P. Giménez, C. de la Calle, y L. Climent (Eds.). Persona y sociedad. Las dos caras del compromiso. Universidad Francisco de Vitoria y Cátedra de Responsabilidad Social Corporativa del Grupo Santander. Madrid

Comisión Europea (2001). Libro Verde: Fomentar un marco europeo para la responsabilidad social de las empresas. Bruselas.

Davis, K. (1960): “Can business afford to ignore social responsibilities?” California Management Review.

Davis, K., Frederick W. C y Blomstrom R. L, (1988): “Business and society. Concepts and policy issues”, McGraw Hill. NY.

Decker, O. (2004): “Corporate social responsibility and structural change in financial services”, *Managerial Auditing Journal*, Vol. 19, núm. 6.

Fernández Gago, R. (2005): “Administración de la responsabilidad social corporativa”. Madrid: Thomson Paraninfo.

Fernández, D. y Merino, A. (2005): “¿Existe disponibilidad a pagar por responsabilidad social corporativa? Percepción de los consumidores” *Universia Business Review*,

Forética (2011): Informe Forética 2011. Madrid: Disponible en http://www.foretica.org/biblioteca/informes-foretica/doc_download/298-informe-foretica-2011-version-extendida-?lang=es. Consultado el 20 de junio de 2011.

Foro español de la Inversión Socialmente Responsable, (SpainSIF). Disponible en: <http://www.spainsif.es/> Consultado el 6 de mayo de 2011.

Friedman, M. (1962): “Capitalism and Freedom”. University of Chicago Press. Chicago, IL

Friedman, M. (1970): “The social responsibility of business is to increase its profits”. *New York Times Magazine*.

Fundación Alternativas (2011). Disponible en: www.falternativas.org Consultado el 28 de mayo de 2012.

García de los Salmones, M.; Pérez, A.; Rodríguez del Bosque, I. (2009) “El papel de las asociaciones corporativas en la lealtad de los usuarios de bancos y cajas de ahorro”, XXI Encuentro de Profesores Universitarios de Marketing, Bilbao (España).

Gladwin, T.N., Kennelly, J.J. Y Krause, T.S. (1995): “Shifting paradigms for sustainable development: Implications for management theory and research”, *Academy of Management Review*.

González, E. (2003): “La gestión de la responsabilidad basada en el enfoque de los stakeholders”, en Schar, G. (coord.): *La empresa socialmente responsable*. Madrid: Fundación Cideal.

Guerras, L.A. y Navas, J.E. (2007) *La Dirección Estratégica de la Empresa. Teoría y Aplicaciones*, 4ª Edición, Thompson Civitas.

Grupo BBVA (2011): Informe anual de Responsabilidad Corporativa 2011. Disponible en: http://www.bbva.com/TLBB/fbin/IARC08_tcm12-190458.pdf.

Consultado el 26 de mayo de 2012.

Grupo Santander (2011): Memoria de Sostenibilidad 2011. Madrid: Grupo Santander. Disponible:

en:http://www.santander.com/csgs/Satellite/CFWCSancomQP01/es_ES/Corporativo/Sostenibilidad/Santander-y-la-sostenibilidad/Informes.html Consultado el 21 de junio de 2012.

Ipsos Public Affairs Disponible en: <http://www.ipsos.es/> Consultado el 9 de mayo de 2012.

Klikberg, B. (2004): Más Ética, más Desarrollo - Editorial Temas, Buenos Aires.

Kotler, P., Cámara D. y Grande I., (1999) “Dirección de marketing”, Prentice Hall, Madrid.

KPMG (2011): “KPMG International Survey of Corporate Responsibility Reporting 2011”. Disponible en: <http://www.kpmg.es>. Consultado el 27 de mayo de 2012.

Martín Calahorra, F. (2008): Responsabilidad Social Corporativa y Comunicación. Madrid: Fragua.

Mcdonald, L.; Rundle-Thiele, S. (2008): “Corporate social responsibility and bank customer satisfaction”, International Journal of Bank Marketing, Vol. 26.

Levine, R. (2000): Bank Concentration: Chile and International Comparisons, Working Papers Central Bank of Chile, 62. Central Bank of Chile.

Observatorio de la Responsabilidad Social Corporativa. Disponible en: http://www.observatoriosc.org/index.php?option=com_content&view=article&id=12&Itemid=27&lang=es Consultado el 25 de mayo de 2012.

Panapanaam, V.M.; Linnanen, L.; Karvonen, M. Y Phan, V.T. (2003). “Roadmapping Corporate Social Responsibility in Finnish Companies”, Journal of Business Ethics

Panwar, R.; Rinne, T.; Hansen, E. Y Juslin, H. (2006). “Corporate Responsibility: Balancing Economic, Environmental, and Social Issues in the Forest Products Industry”, Forest Products Journal

Penelas, A. (1998): “Estrategias comerciales en el sistema bancario español”, Esic Market,

Pérez A., Rodríguez del Bosque I. (2012): “La imagen de Responsabilidad Social Corporativa en un contexto de crisis económica: El caso del sector financiero en España”. Universia Business Review.

Poolthong, Y.; Mandhachitara, R. (2009) “Customer expectations of CSR, perceived service quality and brand effect in Thai retail banking”, *International Journal of Bank Marketing*, Vol. 27

Royo Abenia, J. (2006). “Los Fondos de Inversión Socialmente Responsables en España. Mito y Realidades de la RSC en España”. Civitas. Madrid

Selvi, Y.; Wagner, E.; Turiel, A. (2010) “Corporate Social Responsibility in the time of financial crisis: Evidence from Turkey”; *Annales Universitatis*

Sethi, S.P. (1979). “A conceptual framework for environmental analysis of social issues and evaluation of business response patterns”. *The Academy of Management Review*.

Vázquez, R.; Trespalacios, J. y Bello, L. (2005). *Investigación de Mercados.*, Ediciones Paraninfo.

Wheeler, D., Colbert, B. y Freeman, R.E. (2003). “Focusing on value: Reconciling corporate social responsibility, sustainability and a stakeholder approach in a network world”. *Journal of General Management*

Zahra, S. A. y La Tour, M. S. (1987): “Corporate social responsibility and organizational effectiveness: a multivariate approach”, *Journal of Business Ethics*.