

# **MEMORIA DEL TRABAJO FIN DE GRADO**

## **La Responsabilidad Social Corporativa y su aplicación en el ámbito de las entidades financieras en España. Aplicación en Canarias.**

Corporate Social Responsibility and its application in the field of financial institutions in Spain. Application in Canary Islands.

**Autora:** D<sup>a</sup> Alba María Medina Martín

**Tutora:** D<sup>a</sup> Zamira Del Rosario Acosta Rubio

Grado en Administración y Dirección de Empresas  
FACULTAD DE ECONOMÍA, EMPRESA Y TURISMO  
Curso Académico: 2014/2015

En San Cristóbal de La Laguna, a 23 de julio de dos mil quince.

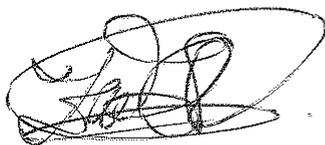
Dña. Zamira Del Rosario Acosta Rubio del Departamento de Dirección de Empresas e Historia Económica.

CERTIFICA:

Que la presente Memoria de Trabajo Fin de Grado en Administración y Dirección de Empresas titulada: "La Responsabilidad Social Corporativa y su aplicación en el ámbito de las entidades financieras en España. Aplicación en Canarias". Y presentada por la alumna Alba María Medina Martín realizada bajo mi dirección, reúne las condiciones exigidas por la Guía Académica de la asignatura para su defensa.

Para que así conste y surta los efectos oportunos, firmo la presente en La Laguna a 23 de julio de dos mil quince.

La tutora.



Fdo.: Dña Zamira Del Rosario Acosta Rubio.

En San Cristóbal de La Laguna, a 23 de julio de dos mil quince.

# ÍNDICE DE CONTENIDOS

	<b>Página</b>
<b>Resumen</b> .....	3
<b>Introducción</b> .....	4
<b>1. La Responsabilidad Social Corporativa y su marco conceptual</b> .....	5
1.1. Importancia y aspectos que caracterizan al concepto.....	5
1.2. Marco conceptual de la Responsabilidad Social Corporativa.....	7
1.2.1. Antecedentes de la Responsabilidad Social Corporativa.....	8
1.2.2. Concepto de Responsabilidad Social Corporativa.....	8
1.3. Evolución de la importancia de RSC en la sociedad.....	10
<b>2. Dimensiones de la Responsabilidad Social Corporativa en el sector financiero español</b> .....	12
2.1. La RSC en el sector financiero.....	12
2.1.1. Importancia de los grupos de interés.....	14
2.2. Prácticas de RSC que llevan a cabo las entidades financieras españolas.....	16
2.2.1. Prácticas que se llevan a cabo en la comunidad para el apoyo de los más vulnerables.....	17
2.2.2. Prácticas sociales en educación.....	18
2.2.3. Prácticas que se llevan a cabo en medio ambiente y otros aspectos.....	18
2.2.4. Prácticas que se llevan a cabo en arte y cultura.....	19
2.2.5. Distribución en porcentajes de la inversión realizada en las prácticas de RSC por cada una de las entidades.....	19
2.2.6. Comparativa de la inversión realizada por cada una de las entidades objeto de estudio.....	22
2.3. La Responsabilidad Social Corporativa y la reputación.....	23
<b>3. Aplicación de la RSC en Canarias. Estudio de caso: La Fundación “Caixa”</b> .....	24
3.1. Obra Social del grupo en Canarias.....	24
3.2. Valoración de la inversión global de la Fundación Caixa en Obra Social...27	27
<b>Conclusiones</b> .....	28
<b>Limitaciones encontradas en el desarrollo del estudio</b> .....	30
<b>Futuras líneas de investigación</b> .....	30
<b>Referencias bibliográficas</b> .....	31
<b>Anexos</b> .....	34

## ÍNDICE DE GRÁFICOS

	<b>Página</b>
Gráfico 1.1. Importancia del comportamiento responsable.....	11
Gráfico 1.2. Conocimiento espontáneo de la RSC.....	12
Gráfico 2.1. Destinatarios de las acciones de RSC.....	16
Gráfico 2.2. Porcentaje de inversión del grupo “Caixa”.....	20
Gráfico 2.3. Porcentaje de inversión del grupo “Santander”.....	20
Gráfico 2.4. Porcentaje de inversión del grupo “Bankia”.....	21
Gráfico 2.5. Porcentaje de inversión del grupo “BBVA”.....	21
Gráfico 2.6. Comparativa de la inversión de todas las entidades.....	23
Gráfico 3.1. Personas respaldadas en el ámbito educativo, artístico cultural y medioambiental y ciencia.....	25
Gráfico 3.2. Personas ayudadas en atención a la infancia.....	26
Gráfico 3.3. Personas beneficiadas con el programa de atención a mayores y dependientes.....	26
Gráfico 3.4. Personas asistidas con las iniciativas en empleo.....	27
Gráfico 3.5. Personas favorecidas en vivienda y otros programas sociales.....	27
Gráfico 3.6. Inversión de “la Caixa” entre 1989 y 2013.....	28

## ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1.1. Pirámide de responsabilidades.....	7
Figura 2.1. Grupos de interés de las entidades financieras.....	15

## ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1.1. Principios de la RSC.....	6
Tabla 2.1. Dimensiones de la RSC en el sector bancario.....	13
Tabla 2.2. Grupo de interés en el que las entidades objeto de estudio centran su atención.....	15
Tabla 2.3. Ficha técnica de la investigación.....	16
Tabla 2.4. Colaboración con instituciones y financiación de proyectos para apoyar a los más vulnerables.....	17
Tabla 2.5. Segmento de mayor importancia en el ámbito educativo.....	18
Tabla 2.6. Actividades de apoyo al medio ambiente y otros aspectos.....	19
Tabla 2.7. Iniciativas en arte y cultura.....	19
Tabla 2.8. Reputación de las entidades bancarias seleccionadas.....	24
Tabla 3.1. Iniciativas de atención a la infancia desarrolladas por Caixa en Canarias.....	34
Tabla 3.2. Iniciativas con las personas mayores y la dependencia desarrolladas por Caixa en Canarias.....	34
Tabla 3.3. Iniciativas en empleo desarrolladas por Caixa en Canarias.....	34
Tabla 3.4. Iniciativas en vivienda y otros programas sociales desarrolladas por Caixa en Canarias.....	34
Tabla 3.5. Iniciativas en programas educativos desarrolladas por Caixa en Canarias.....	35
Tabla 3.6. Iniciativas en programas culturales desarrolladas por Caixa en Canarias.....	35
Tabla 3.7. Iniciativas en ciencia y medio ambiente desarrolladas por Caixa en Canarias.....	35

## **RESUMEN**

La Responsabilidad Social Corporativa (RSC) ha adquirido gran importancia en la actualidad por parte de la sociedad en general, tanto de organizaciones e instituciones como de los grupos de interés. Cabe destacar que el sector financiero es uno de los pioneros en incorporar en su actividad prácticas de RSC. Este ámbito de actuación empresarial ha estado cuestionado por la sociedad desde sus orígenes, por lo que ha sido necesario hacer cada vez más permanente el uso de iniciativas sociales para mostrar su compromiso hacia la sociedad.

El objetivo del presente trabajo es dar a conocer el concepto de RSC en las entidades financieras y analizar las medidas de RSC que se aplican en algunas de las principales entidades financieras españolas, mediante un análisis de los informes de las entidades seleccionadas. Concluimos con el estudio de una entidad financiera en Canarias, con gran repercusión en la actualidad en las islas, como es “La Caixa”.

*Palabras clave:* Responsabilidad Social Corporativa, RSC en el Sector financiero, Grupos de interés, reputación.

## **ABSTRACT**

Corporate Social Responsibility (CSR) has become very important today by society at large, both agencies and institutions and interest groups. Notably, the financial sector is one of the pioneers in incorporating into its practices CSR activity. This area of business performance has been questioned by the company since its inception, so it has been necessary to make more permanent every time the use of social initiatives to show their commitment to society.

The aim of this project is to present the concept of CSR in financial institutions and analyze CSR measures applied in some major Spanish banks, by analyzing reports of the selected entities. We conclude with the study of a financial institution in Canary Island with great impact today on the islands as is “La Caixa”.

*Keywords:* Corporate Social Responsibility, CSR in the financial sector, interest groups, reputation.

## INTRODUCCIÓN

La elección del tema relacionado con la Responsabilidad Social Corporativa se debe al incremento generalizado en la sociedad de la puesta en marcha de medidas socialmente responsables. Es cierto que la crisis ha sido uno de los principales detonantes para la implementación de estas actividades, aunque las mismas se llevan aplicando desde hace años. La gran negatividad que ha mostrado la sociedad hacia el ámbito financiero como consecuencia de la crisis, ha hecho necesario que dicho sector propicie medidas en las que predominen los valores éticos y sociales con el fin de disminuir la imagen negativa que transmiten. La puesta en práctica de estas actividades socialmente responsables no es algo nuevo, pues en los años 60 se expuso la necesidad de que los directivos de las empresas conocieran las preocupaciones e inquietudes de los grupos de interés, para desarrollar objetivos orientados a satisfacer sus demandas a las empresas. No obstante, dichas prácticas sociales toman mayor importancia en los años 90 (Server y Capó, 2009), y aunque no se trate de un tema novedoso, sí que resulta interesante su estudio debido a la gran influencia que tienen las entidades financieras en el sistema económico.

La sociedad es cada vez más exigente con las empresas en cuanto al compromiso que éstas deben adquirir en los diferentes ámbitos de la comunidad, por lo que si éstas eluden las prácticas sociales, no es posible pensar en el éxito empresarial a largo plazo (Vargas y Vaca, 2005). Por ello, las empresas tienen que ser capaces de generar paralelamente beneficios económicos y sociales (Server y Villalonga, 2005), sin considerar únicamente el conseguir la maximización de sus beneficios para perdurar en el tiempo. El objetivo de la empresa es satisfacer las necesidades humanas con calidad, a cambio de un beneficio económico, maximizando el valor de los clientes (García, 1994). Por tanto, las organizaciones deben asumir los compromisos que reclaman los denominados grupos de interés (empleados, consumidores, accionistas, medio ambiente, gobiernos y la sociedad en general) para mantenerlos satisfechos, siendo el grupo de los clientes el primero a tener en cuenta, ya que es el objetivo principal de toda empresa.

La práctica de estas medidas se ha extendido cada vez más a organizaciones e instituciones con el objetivo de obtener cierta diferenciación del resto y poder, de esta manera, aportar mayor valor añadido a las actividades que llevan a cabo. Así, el concepto objeto de estudio ha pasado a formar parte de la vida cotidiana de numerosas corporaciones.

Los valores y las prácticas de buenas intenciones que llevan a cabo las organizaciones se recogen bajo el nombre de Responsabilidad Social Corporativa (RSC) o Responsabilidad Social Empresarial (RSE). La diferencia entre una expresión y otra no es muy relevante. Mientras que la primera alude a las corporaciones o grandes compañías cotizadas, la segunda hace referencia de manera más amplia a las empresas en general, pues de esta manera se quiere dar cabida también a las pequeñas y medianas empresas (Ruiz, 2011). Se usará en este trabajo el concepto Responsabilidad Social Corporativa bajo la abreviatura RSC, ya que las entidades de ámbito empresarial a analizar son grandes empresas que cotizan en bolsa.

El principal objetivo de este trabajo es destacar la importancia que tiene la consideración del concepto RSC y su aplicación, sobre todo, en diferentes entidades del sector financiero. Así mismo se pretende mostrar la repercusión que la aplicación de estas prácticas sociales produce en la comunidad.

En cuanto a la metodología, el trabajo realizado se basa en un enfoque conceptual y otro analítico. Se explica el término objeto de estudio, siendo este RSC, dándose a conocer las prácticas sociales que principalmente llevan a cabo las entidades financieras. Posteriormente se realiza un análisis gráfico con datos reales de un grupo de las entidades

financieras españolas basándonos en los informes anuales que han publicado éstas. En el caso de España en general presentamos los datos para todo el país, y posteriormente profundizando en una entidad para el caso concreto de Canarias.

La estructura del trabajo se divide en dos partes fundamentales. En la primera parte se da una visión general del concepto de RSC. Se pretende con esto dar una definición clara y precisa que englobe todos los aspectos que caracterizan al término. En la segunda parte se aplica este concepto en el ámbito de las entidades financieras, como muestra de la implicación de este sector en la materia, orientada fundamentalmente a la mejora de su reputación en la sociedad. Las entidades objeto de análisis son BBVA, Caixa, Bankia y Santander.

## **1. LA RESPONSABILIDAD SOCIAL CORPORATIVA Y SU MARCO CONCEPTUAL**

Este mundo actual globalizado e interrelacionado requiere unas normas de conducta empresarial que, dentro del libre juego del mercado, minimicen los impactos que la actividad económica de dichas organizaciones conlleva. El viejo modelo de gestión empresarial, basado en la maximización del beneficio para el accionista con una visión cortoplacista, ha demostrado ser perjudicial para la sociedad en general y para los propios accionistas (De la Cuesta, 2004a). Se ha hecho necesario que las empresas incorporen, voluntariamente, criterios sociales y medioambientales en sus actividades económicas, así como en las relaciones con sus grupos de interés. Por tanto, el análisis de la RSC toma gran relevancia.

### **1.1. Importancia y aspectos que caracterizan al concepto**

Los diversos escándalos financieros, así como las crisis económicas y alimentarias que han marcado a la sociedad europea, han desembocado en una falta de credibilidad en las empresas (Fernández, 2009). Se requiere un cambio en la opinión de la sociedad hacia las corporaciones, apareciendo como consecuencia ciertas prácticas empresariales asociadas con el cuidado del medio ambiente, los derechos de los trabajadores, el respeto a los derechos humanos y al entorno comunitario. Éstas surgieron como respuesta a la necesidad de las empresas de mejorar su imagen externa y su reputación ante sus clientes y proveedores, permitiendo también fortalecer su posición de mercado frente a sus competidores (Solís, 2008).

En las prácticas socialmente responsables puede presentarse, sin embargo, la duda o incertidumbre debido a que es difícil separarlas de los factores económicos, políticos y sociales. Ello permite cuestionar si las empresas cumplen realmente con sus obligaciones sociales y morales ante la sociedad en la cual actúan. Para intentar solventar la problemática, se necesita una adecuada gestión estratégica que permita determinar, implementar y evaluar la capacidad de la organización con el fin de anticipar, responder y manejar las situaciones y problemas que surgen de las diversas demandas y expectativas sociales de cada uno de los grupos de interés (Sarmiento, 2010).

La responsabilidad social que las empresas lleven a cabo requiere de compromiso continuo, donde se incorpore el respeto por los diferentes valores (éticos, personas, comunidades y medio ambiente), para lograr mejores niveles de competitividad y que permita, simultáneamente, un desarrollo sostenible promoviendo, además, la reducción de desigualdades sociales y permitiendo a la organización mayor perspectiva de supervivencia a largo plazo (Sarmiento, 2010).

Cabe mencionar que con esta misma idea surge el planteamiento de Elkington (1997), que ha extendido el término Triple Balance (The Triple Bottom Line), el cual se fundamenta en la idea de que la empresa para mantenerse en el tiempo tiene que perseguir tres ideas o principios básicos: equilibrio económico, social y ambiental. A pesar de que estos tres aspectos ya existían antes de que se extendiera la idea del Triple Balance, la aplicación de este término propició un papel importante en la transparencia de la información por parte de las empresas hacia las partes interesadas.

Asimismo lo anterior nos lleva a reflexionar acerca de la complementariedad del concepto con el término sostenibilidad, ya que ambos contribuyen al camino correcto de acción social que toda empresa responsable debe perseguir para conseguir su objetivo final: la viabilidad de la organización. En este punto recogemos la siguiente afirmación: “Sostenibilidad y Responsabilidad Social Corporativa son nociones complementarias. Mientras que la sostenibilidad fija un objetivo, un horizonte al que tiene que tender nuestro modelo de desarrollo, la Responsabilidad Social Corporativa trata de orientar a un actor concreto, la empresa, en el logro de ese objetivo” (Confederación Española de Cajas de Ahorro, 2008: 13).

En los últimos años han surgido numerosas iniciativas promovidas por diversas organizaciones nacionales e internacionales dirigidas a establecer una serie de principios y códigos de conducta con el fin de estimular y orientar a las empresas en la adopción de criterios de RSC. Por el momento no existe consenso debido al gran número de principios existentes y a la heterogeneidad de intereses de las instituciones que los han propuesto (Nieto y Fernández, 2004). No obstante, vamos a exponer los principios, recogidos en la tabla 1.1., que constituyen las reglas fundamentales que rigen el comportamiento socialmente responsable de las organizaciones, según AECA (2004). Su determinación y aplicación deben estar en congruencia con el concepto, los objetivos de la Responsabilidad Social Corporativa y las necesidades genéricas de los grupos de interés.

**Tabla 1.1. Principios de la RSC**

<b>TRANSPARENCIA</b>	Se basa en el acceso a la información que la organización proporciona sobre su comportamiento social y que es permeable a las expectativas sociales.
<b>MATERIALIDAD</b>	Supone que la organización debe tener en cuenta las necesidades y expectativas de las partes interesadas en la toma de decisiones, afrontando todas las dimensiones de la RSC, así como todas sus actividades e impactos, directos e indirectos.
<b>VERIFICABILIDAD</b>	Las actuaciones socialmente responsables de la entidad deben someterse a una verificación externa. Fundamentada en la posibilidad de que expertos independientes puedan comprobar las actuaciones de la empresa.
<b>VISIÓN AMPLIA</b>	La organización debe centrar sus objetivos de RSC en el contexto de sostenibilidad más amplio posible. Debe considerar el impacto que produce a nivel local, regional, continental y global, con un sentido de legado para futuras generaciones.
<b>MEJORA CONTINUA</b>	La RSC va ligada estrechamente a la idea de gestión continuada, que tiene por objetivo principal la supervivencia de la organización.
<b>NATURALEZA SOCIAL DE LA ORGANIZACIÓN</b>	La RSC está arraigada en la creencia y reconocimiento de la naturaleza social de las organizaciones, como valor que prevalece sobre cualquier otra consideración de tipo económico o técnico. Destacando el valor y papel del ser humano como ente individual y social, origen y fin de la organización

**Fuente: Adaptación propia de AECA (2004)**

Como consecuencia de una adecuada aplicación de los principios de la RSC, se puede obtener una visión positiva de la sociedad y de los grupos de interés. Por ello recogemos la siguiente reflexión: “Las entidades que sepan integrar adecuadamente la RSC en su estrategia y posteriormente en el nivel operativo, tienen grandes posibilidades de lograr

ventajas competitivas que les facilite un mejor posicionamiento estratégico y mayor rentabilidad” (Parra, Rascón, Espinoza, y Caballero, 2005: 7). La aplicación de RSC en la actividad que las organizaciones llevan a cabo, no sólo tiene el beneficio de contribución responsable con la sociedad, sino que además implica que la empresa obtenga ventajas competitivas, siempre que ésta haya llevado una adecuada aplicación de las conductas de compromiso social, tanto a nivel interno como a nivel externo.

Las ventajas internas beneficiarían directamente a la organización, pudiendo ser mejoras en la gestión, en la reputación y en la comunicación interna, mientras que las ventajas externas contribuirían con el entorno de la empresa, ya sea con mejoras en la confianza de los clientes como en los ámbitos medioambiental y laboral (Server y Capó, 2009). En este sentido, Luo y Bhattacharya (2006) indican que la aplicación de RSC tiene efecto positivo en el valor percibido por los clientes, así como que una combinación de iniciativas de RSC y de habilidades corporativas internas genera y mantiene un valor financiero para la empresa.

Cabe destacar también que, según Carroll (1991), una vez reconocida la existencia de responsabilidad social en las empresas, para que éstas sean consideradas socialmente responsables no basta con que decida desarrollar las prácticas sociales que considere oportunas, sino que debe tener un compromiso basado en un sistema de gestión en el que se cumplan una serie de obligaciones. Distingue cuatro tipos de responsabilidades sociales dentro de la empresa, planteadas como una pirámide, que son: económicas, legales, éticas y filantrópicas. Las responsabilidades citadas anteriormente se recogen en la figura 1.1. La primera responsabilidad social, base sobre la que se encuentran el resto de compromisos y objetivo principal de cualquier empresa, parte de lo necesario que es generar recursos para poder retribuir a los miembros de la empresa, accionistas y trabajadores entre otros. El segundo compromiso recoge el cumplimiento de la ley, basada en la conciliación social de lo que está bien y lo que está mal. La tercera responsabilidad se refiere a cumplir con los principios y normas éticas aceptadas por la sociedad, haciendo lo que está bien. El último compromiso hace referencia a contribuir con recursos a la mejora de la comunidad. Su forma piramidal se debe a que disminuye el nivel de responsabilidad o de consideración e implicación de las empresas en la misma.

**Figura 1.1. Pirámide de responsabilidades**



**Fuente: Adaptación propia de Carroll (1991)**

## **1.2. Marco conceptual de la Responsabilidad Social Corporativa**

A continuación vamos a centrarnos en los antecedentes principales del concepto e intentaremos dar una visión clara de su definición. Se tendrán en cuenta diferentes acepciones, desde diversas perspectivas y se puntualizará lo que es el término RSC para nosotros.

### *1.2.1. Antecedentes de la Responsabilidad Social Corporativa*

El origen de la “responsabilidad social de la empresa” según Davis, Frederick y Blomstrom (1988) se sitúa en los años veinte cuando se empieza a hablar del principio de caridad o filantropía, ya no como acción individual sino como acción corporativa de la empresa como un todo. Más tarde, el principio de caridad se complementó con el principio de administración, el cual reclamaba a la empresa que mirara por el interés público, pues era responsable de la administración de recursos públicos que afectaban a distintos miembros de la sociedad.

No obstante, autores como Boatright (1993) encuentran las raíces del concepto de Responsabilidad Social Corporativa en los años cincuenta, ligado al rápido incremento del tamaño y poder de las empresas americanas y al papel protagonista que éstas comenzaron a desempeñar en una sociedad que afrontaba problemas sociales urgentes (pobreza, paro, relaciones entre razas, degradación urbana y contaminación), entre los años sesenta y setenta. Las empresas norteamericanas se vieron en la necesidad de tener que ofrecer información acerca de su responsabilidad social, quedando esta recogida en los primeros balances sociales dirigidos a colectivos externos a la propia empresa. Desde Estados Unidos, esta demanda de información acerca de la responsabilidad social se trasladó a Europa, siendo solicitada por colectivos internos de la propia empresa.

Sin embargo, es en la década de los setenta cuando se produce un auge del interés por la responsabilidad social empresarial, apareciendo diversas propuestas para ofrecer información acerca del compromiso social llevado a cabo y para llegar a ser consideradas como modelo a seguir por todas las empresas. Asimismo, el avance producido en esta época se debió a que entraron en esta iniciativa las organizaciones internacionales (Haro, Alarcón y Caba, 2012).

En los años ochenta las organizaciones dejaron en un segundo plano el interés en temas de responsabilidad social, centrándose únicamente en aspectos de naturaleza económica. No fue hasta los años noventa, tras el resurgir de la preocupación por la responsabilidad social, cuando se comenzó la búsqueda de un modelo homogéneo, a utilizar por todas las empresas, que permitiera tanto ser fuente de información como elemento de comparación entre ellas. Es en esta década cuando se empieza a utilizar el término sostenibilidad, que incluye tanto conceptos económicos como medioambientales y sociales (Server y Villalonga, 2005).

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

El concepto de Responsabilidad Social Corporativa surge en Estados Unidos a finales de los años cincuenta, principios de los sesenta (Fernández, 2009). Sin embargo los primeros trabajos de campo y llevados a cabo por Bowen, se remontan al año 1953, considerándolo como el principal promotor del término (Carroll, 1999). El estudio y análisis del concepto no se trata de un fenómeno puntual, sino que es algo permanente que cada vez adquiere más fuerza. El término relaciona lo ético de la empresa con los elementos de la sociedad con los que la misma mantiene relaciones (Sarmiento, 2010).

Abordar el concepto no es una tarea fácil ya que existen numerosas definiciones del mismo (Moreno, 2004). Debido a su evolución a lo largo de los años y en función de las demandas de la sociedad, así como a la labor tan variada que desempeñan las empresas y el gran desarrollo de la investigación académica sobre el concepto aparecen distintas perspectivas y definiciones del concepto (Pérez y Rodríguez del Bosque, 2012), pero compartiendo un matiz común. Se ha generado una falta de consenso para mostrar el significado de la RSC, debiendo ser interpretada como un proceso o vía de integración

y mejora permanente (Haro y otros, 2012). Encontramos definiciones conocidas y utilizadas a nivel mundial, junto a otras no tan conocidas pero que muestran la concepción del término desde otro punto de vista y que nos ayudará, posteriormente, a formar nuestra propia definición del concepto.

La definición más común y destacada a nivel global, es la propuesta por la Comisión de las Comunidades Europeas (2001: 7), que la define así: “La integración voluntaria por parte de las empresas de las preocupaciones sociales y medioambientales en sus operaciones comerciales y sus relaciones con todos sus interlocutores”.

A continuación exponemos diversas definiciones desde el origen del término, para poder valorar la evolución que ha tenido el concepto, así como apreciar el aumento de ideas responsables que se han ido añadiendo con el paso de los años.

La RSC se define en los años cincuenta como: “Las obligaciones del hombre de negocios a seguir esas políticas, para hacer esas decisiones, o para seguir las líneas de actuación que son deseables en términos de los objetivos y valores de nuestra sociedad ” (Bowen, 1953: 44). En esta época había escasa aplicación para dar una definición del término, pero ya a partir de la década de los sesenta se intentó formalizar el concepto permitiendo proporcionar una definición más exacta (Carroll, 1999).

En los años sesenta el concepto se define: "Las decisiones y acciones que los empresarios toman por razones al menos parcialmente, más allá del interés económico o técnico directo de la empresa” (Davis, 1960: 70). En los años setenta y ochenta se intenta incorporar más aspectos responsables a la idea que ya se tenía anteriormente (Carroll, 1999), no obstante, también surgen autores contrarios a este pensamiento que consideran que la única responsabilidad de la empresa es el máximo beneficio (Friedman, 1970).

Una de las propuestas a destacar de la década de los noventa, es que es en dicho periodo se sugiere la importancia de los cuatro tipos de responsabilidades sociales, propuestos por Carroll (1991) y nombradas anteriormente, que las empresas deben llevar a cabo para ser consideradas socialmente responsables. Siendo éstas: económico, legal, ética y filantrópica.

Cabe reseñar otras definiciones más actuales, propuestas por distintas organizaciones y más utilizadas a nivel global, que muestran otra perspectiva del concepto.

- “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, medioambientales y de respeto a los derechos humanos que surgen de la relación y el diálogo transparente con sus grupos de interés, responsabilizándose así de las consecuencias y los impactos que se derivan de sus acciones” (Foro de Expertos del Ministerio de Trabajo y Asuntos Sociales , 2007).
- “La Responsabilidad Social Corporativa (RSC) es una forma de dirigir las empresas basada en la gestión de los impactos que su actividad genera sobre sus clientes, empleados, accionistas, comunidades locales, medio ambiente y sobre la sociedad en general. Implica el cumplimiento obligatorio de la legislación nacional e internacional en el ámbito social, laboral, medioambiental y de derechos humanos, así como cualquier otra acción voluntaria que la empresa quiera emprender para mejorar la calidad de vida de sus empleados, las comunidades en las que opera y de la sociedad en su conjunto” (Observatorio de Responsabilidad Social Corporativa, 2014).

Además de las definiciones propuestas por las organizaciones y citadas anteriormente, haremos mención a conceptualizaciones más actuales expuestas por algunos autores:

- De la Cuesta y Valor (2003: 11), definen la RSC como: “El reconocimiento e integración en sus operaciones por parte de las empresas, de las preocupaciones

sociales y medioambientales, dando lugar a prácticas empresariales que satisfagan dichas preocupaciones y configuren sus relaciones con sus interlocutores”.

- La RSC según Guerras y Navas (2007: 123-124) es: “La actitud de la empresa ante las demandas de tipo social planteadas por el conjunto de la sociedad como consecuencia de sus actividades, a la evaluación y compensación de los costes sociales que la misma genera y a la ampliación del campo de sus objetivos definiendo el rol social que debe desarrollar. Supone, de alguna manera generalizar el problema de los objetivos no sólo a accionistas y directivos sino a todos los grupos de interés de la empresa”.

Una vez analizadas las definiciones expuestas anteriormente, llegamos a la conclusión de que el concepto de RSC persigue un compromiso continuo en el que la empresa se centre, más allá de la maximización de los beneficios económicos, fin único en la era del capitalismo (Méndez, 2005), en el desarrollo de actividades cuyo impacto sea el más favorable posible en la sociedad, satisfaciendo, por tanto, los objetivos de los dirigentes de la empresa y de los grupos de interés que influyen directa o indirectamente, tales como empleados, sindicatos, clientes, proveedores, gobierno o la comunidad en general.

### **1.3. Evolución de la importancia de RSC en la sociedad**

La necesidad de un cambio en el paradigma empresarial se debe, en gran parte, a los siguientes aspectos: globalización, era tecnológica y crisis financiera, pero se han unido otros factores que impulsan este avance en la responsabilidad social de las empresas. Están recogidos en el Libro Verde de la Comisión de las Comunidades Europeas (2001: 4), y son:

- Las nuevas inquietudes y expectativas de los ciudadanos, consumidores, poderes públicos e inversores en el contexto mundial así como el cambio industrial a gran escala.
- Los criterios sociales que influyen cada vez más en las decisiones de inversión de las personas o las instituciones, tanto cuando actúan en calidad de consumidores como de inversores.
- La preocupación cada vez mayor por el deterioro medioambiental provocado por la actividad económica.
- La transparencia de las actividades empresariales propiciada por los medios de comunicación y las modernas tecnologías de información y comunicación.

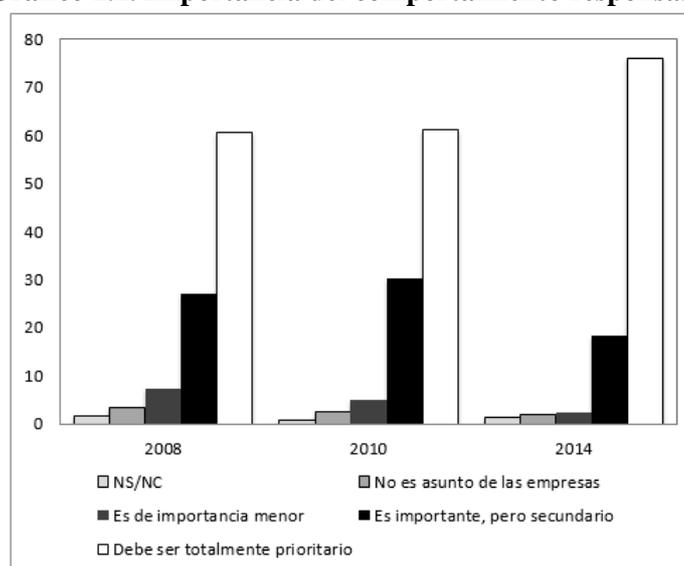
A continuación se muestra el gráfico 1.1. acerca de la evolución que ha tenido en los últimos años el comportamiento socialmente responsable en la sociedad. Se observa que el progreso del concepto entre los años 2008 y 2010 no es tan relevante como el cambio que ha tenido cada uno de los puntos que componen el gráfico entre los años 2008 y 2014. Por ello vamos a centrarnos, principalmente, en este último ya que la diferencia es más notoria. Como observamos en el año 2008 el “debe ser totalmente prioritario” abarca un 60.6% mientras que en el año 2014 ha aumentado con respecto a este en un 15.4%. En el año 2008 la respuesta “es importante pero secundario” tiene un porcentaje de un 27.2% mientras que en el año 2014 este ha caído en aproximadamente un 9%. El resto de porcentajes que engloban las respuestas “es de importancia menor”, “no es un asunto de las empresas” y “no sé” han decaído, siendo la respuesta más relevante de estas tres últimas la de es de importancia menor, ya que ésta ha disminuido en el año 2014 con respecto al 2008 cerca de un 5%. El porcentaje de las otras dos respuestas también ha caído en el año 2014 pero en menor medida que las anteriores analizadas. Podemos

concluir que en la actualidad, siguiendo los datos expuestos, se hace cada vez más prioritario un comportamiento socialmente responsable.

La presente sociedad se resiste a aceptar aquellas actitudes que no contribuyan con los ciudadanos y el entorno, y esperan cada vez más acciones responsables de las organizaciones (Confederación Española de Cajas de Ahorro, 2008). Así, la RSC puede constituir un importante recurso a utilizar por la empresa (Marín y Rubio, 2008), para la supervivencia de las organizaciones, y no una mera norma o conducta aislada.

Por ello cabe afirmar que actualmente las empresas tienen poca opción para decidir incluir o no en su actividad prácticas socialmente responsables, dado que “la responsabilidad social ya no es una opción de las organizaciones sino una demanda social exigida por el entorno. Sólo si se es responsable se mantendrá la confianza de los clientes, se obtendrá el respeto de la comunidad y en definitiva se conseguirá un beneficio a largo plazo” (Brealey, Myers, Marcus y Aparicio, 2007: 436).

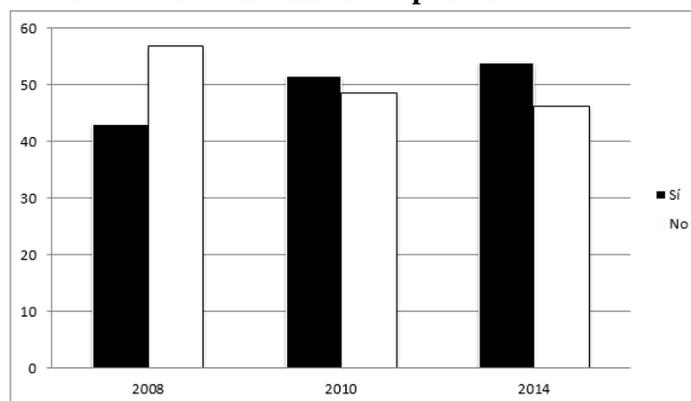
**Gráfico 1.1. Importancia del comportamiento responsable**



**Fuente: Elaboración propia con datos de Forética (2015)**

A pesar de que, como ya hemos comentado anteriormente, el concepto está teniendo auge creciente en la sociedad actual, muchas personas no tienen claro el significado exacto que engloba dicho término. A continuación, en el gráfico 1.2., se expone el nivel en la comprensión innata de la responsabilidad social por parte de la sociedad. Como podemos observar el conocimiento del concepto ha aumentado considerablemente en estos últimos años. La diferencia más notable se produce entre los años 2008 y 2014, por lo que especialmente nos centraremos en analizar la evolución que se ha producido entre estos dos años. En el año 2008 el porcentaje de respuesta de que “sí se conoce” el concepto es de un 43.1%, mientras que en el año 2014 ha aumentado en un 10.7%, mostrando lógicamente una disminución en este último año de ese porcentaje en las personas que contestaron que “no tienen conocimiento espontáneo” de las respuestas. En el año 2010 se observa claramente que el conocimiento espontáneo de la responsabilidad social ha aumentado, concretamente un 8.4% respecto al año 2008, por lo que a medida que avanzan los años, el porcentaje de “sí se conoce” tiende a incrementar. Esto se debe a que poco a poco la sociedad se está familiarizando con el conocimiento del concepto, debido al gran número de empresas que en los últimos años han incorporado a su estrategia diferentes normas, directrices y códigos de conducta socialmente responsables, incorporándolo en su lenguaje habitual para dar respuesta al significado de este término.

**Gráfico 1.2. Conocimiento espontáneo de la RSC**



Fuente: Elaboración propia con datos de Forética (2015)

## **2. DIMENSIONES DE LA RESPONSABILIDAD SOCIAL CORPORATIVA EN EL SECTOR FINANCIERO ESPAÑOL**

El sector financiero es uno de los más interesantes para el análisis de la RSC debido a que se trata de un agente importante en el sistema económico comprometido, en la mayoría de los casos, con estas acciones. Es una de las fuentes más importantes de empleos formales directos en el país, impulsor económico de los demás sectores y fuente de inversión y crecimiento de la economía nacional, convirtiéndose en el motor de desarrollo económico y social del país (Duque y Martínez, 2012). Las entidades financieras destacan por pertenecer a uno de los sectores pioneros en adoptar políticas y acciones de RSC en su actividad, sobre todo si nos referimos a las cajas de ahorro, debido a que en su naturaleza legislativa el desarrollo de su actividad está ligado a la RSC. En las cajas el compromiso social lejos de ser el reflejo de una moda o presión externa, constituye un componente fundamental recogido en sus principios fundacionales, reflejando con notable vigor las diferentes dimensiones que constituyen la RSC (Quintás, 2006). No obstante, a pesar de estar recogido en su naturaleza, destacar que no es algo de obligado cumplimiento, sino que es de carácter voluntario la aplicación de Obra Social en las cajas (Sarro, Cuesta y Penelas, 2007).

### **2.1. La RSC en el sector financiero**

La toma de conciencia del impacto que el buen funcionamiento del sistema financiero tiene sobre el bienestar de la población resulta clave para entender la necesidad de asumir la RSC como eje fundamental para la incorporación de valores que promuevan compromiso con la sociedad, en la incorporación de estrategias y la toma de decisiones (Confederación Española de Cajas de Ahorro, 2008).

A pesar de que las prácticas de responsabilidad social se llevan aplicando en el sector bancario desde sus orígenes, la última crisis financiera que ha afectado a los mercados mundiales ha puesto en especial entredicho la reputación del sector financiero, al que se acusa de ser el principal culpable de la actual recesión económica (Bravo, Matute y Pina, 2011). Este último factor ha propiciado que las entidades financieras hayan dado un cambio a las prácticas que se han venido efectuando, incluyendo en su actividad cuestiones sociales, buscando la supervivencia de la organización a través del compromiso con las necesidades que reclaman los diferentes grupos de interés (Pérez y Rodríguez del Bosque, 2012), con el principal objetivo de mostrar mayor compromiso de sostenibilidad y de recuperar esa desconfianza que la sociedad muestra hacia este sector

económico tan importante. Por ello cabe destacar que la actual crisis financiera da una oportunidad a las empresas para redirigir las prácticas sociales, para que éstas no las vean como una amenaza, por el elevado gasto que supone a las entidades la puesta en práctica de estas iniciativas, y sí como una oportunidad a la hora de incorporarlas en su actividad (Giannarakis y Theotokas, 2011).

Todo parece indicar que la RSC en las entidades bancarias no se trata de una moda pasajera, sino que ha llegado para instalarse de manera permanente en la realidad de las empresas (Sarro y otros, 2007).

Las entidades financieras han de ser conscientes de su responsabilidad y de las repercusiones sociales y económicas que puede suponer sus actividades. Deben tratar de evaluar y gestionar los riesgos éticos, sociales y medioambientales, respondiendo, como afirma Haro y otros (2012), al reclamo de una ciudadanía cada vez más preocupada por los impactos económicos de determinadas gestiones y comportamientos.

De forma general, puede decirse que la Responsabilidad Social Corporativa en el sector bancario comprende cinco dimensiones que las entidades deben tener presentes. Éstas se exponen en la tabla 2.1. y se explican a continuación:

**Tabla 2.1. Dimensiones de la RSC en el sector bancario**

<b>FINANCIERA</b>	Maximización de la rentabilidad de la empresa a lo largo del tiempo, que se traduce en un incremento de valor para los accionistas, generando así riqueza y favoreciendo la creación de empleo en la sociedad.
<b>CORPORATIVA</b>	Formalización de políticas de buen gobierno corporativo y la transparencia de información de la actividad que realiza la empresa.
<b>RECURSOS HUMANOS</b>	Una buena implicación con el personal de la empresa permitirá estimular el compromiso de estos con la empresa y también la productividad y el interés en el desempeño de sus tareas, lo que se transmite en un mayor valor añadido a la empresa.
<b>MEDIO AMBIENTE</b>	Necesidad social de respeto al medio ambiente en el que actúa la empresa garantizando un uso sostenible de los recursos naturales que dispone la sociedad.
<b>SOCIAL</b>	Inversiones que la empresa destina a proyectos de acción social, revirtiendo a la sociedad parte de los beneficios que la empresa consigue en el desarrollo de su actividad.

**Fuente: Elaboración propia de Sarro y otros (2007)**

La integración del concepto de RSC en el sector bancario según De la Cuesta (2004b: 79) ha tomado dos direcciones fundamentales:

1. Búsqueda de responsabilidad ambiental y social en la gestión interna de la entidad mediante la puesta en marcha de iniciativas ambientales, tales como programas o mejoras de reciclaje en rendimiento energético, el patrocinio de actividades culturales, educativas, asistenciales, donaciones,...
2. La integración de la RSC en el propio negocio, incorporando consideraciones ambientales y sociales en el diseño de productos, la política de crédito e inversión y, en definitiva, en toda la estrategia del negocio así como de aceptación de riesgos.

Teniendo en cuenta estas dos direcciones, para evaluar si una entidad bancaria es socialmente responsable es necesario determinar y definir indicadores que permitan comparar la gestión interna y el impacto provocado de la actividad que han desarrollado, no solo en materia de responsabilidad social sino en el resto de aspectos que afectan en el sector financiero (Sarro y otros, 2007). La herramienta principal con la que cuentan las empresas para organizar la información no financiera es la guía publicada por GRI (Global Reporting Initiative, 2008), que les provee de un marco de temas para responder en sus memorias anuales. Su objetivo es transferir a las empresas la importancia de incluir

aspectos que permitan a las personas que estén interesadas conocer qué están llevando a cabo en términos de sostenibilidad (Confederación Española de Cajas de Ahorro, 2008). De esta forma una empresa puede evaluar su desempeño económico, social y medioambiental.

Con el fin de dar a conocer públicamente estas actividades de responsabilidad social, surgen nuevos modos de informar en relación a los aspectos de la RSC, por parte de estas organizaciones, a través de memorias de sostenibilidad anuales (Moneva, 2005), dónde aparezcan reflejadas las actividades que se han realizado en esta materia a lo largo del año. Para que las empresas aprovechen los beneficios generados de la aplicación de prácticas sociales en su gestión, es necesario hacer accesible y facilitar información a todas las partes interesadas, por lo que se requiere de un mayor esfuerzo por parte de las empresas para difundir la información de RSC. Mediante las memorias de sostenibilidad se proporciona información a los grupos de interés sobre las actividades que ha desarrollado la empresa a nivel económico, social y ambiental (Server y Capó, 2009), dando a conocer, así, el compromiso de las entidades con la sociedad, debiendo tener siempre presente la nitidez y autenticidad de lo que han hecho público.

### *2.1.1. Importancia de los grupos de interés*

El término grupo de interés, se emplea para denominar a los grupos de individuos que mantienen alguna relación con la empresa, pues interactúan con ella de alguna manera (Ruiz, 2010). El éxito de RSC depende del diálogo abierto, sincero y activo entre todas las partes interesadas en la empresa (Morrós y Vidal, 2005).

La función de las entidades financieras no ha de limitarse únicamente a gestionar los riesgos financieros, debe ir más allá tratando de evaluar y gestionar otro tipo de riesgos éticos, sociales y medioambientales, respondiendo a la presión de una sociedad cada vez más preocupada por el destino de sus ahorros y de unos accionistas interesados por los impactos económicos de las gestiones y comportamientos desarrollados por la empresa (De la Cuesta, 2006).

Según Pérez (2013), los investigadores consideran que en primer lugar se debe atender a los intereses de los clientes, ya que el análisis y satisfacción de estos puede ampliar las oportunidades comerciales de las entidades. Otros grupos de interés relevantes son los empleados, los proveedores, los mayoristas y los minoristas ya que pueden mejorar la estabilidad en la cadena de valor. Finalmente, la propia sociedad, considerando a este grupo de interés secundario, sin impacto en la cadena de valor, pero que en algunos casos puede ser un grupo estratégico si provee inputs relevantes en la actividad comercial.

Las entidades financieras a la hora de invertir en determinados proyectos deberían mantener informados a accionistas y acreedores, ya que su acción no se limita únicamente a distribuir recursos de unos a otros, sino que esas transferencias generan riesgos financieros, sociales y medioambientales al invertir en grandes proyectos que, a su vez, pueden generar consecuencias a la sociedad, haciendo a su vez partícipes a los accionistas y acreedores (Sarro y otros, 2007). Se hace necesaria la rendición de cuentas a los grupos de interés mediante la divulgación de su desempeño económico, medioambiental y social (Haro y otros, 2012).

En la figura 2.1. que se expone a continuación, se recogen los grupos de interés de las entidades financieras.

**Figura 2.1. Grupos de interés de las entidades financieras**



Fuente: Sarro y otros (2007)

A continuación mostramos en la tabla 2.2. el principal grupo de interés al que cada una de las entidades objeto de nuestro estudio otorgan mayor importancia. Para ello hemos acudido a la información que presenta en su informe de sostenibilidad del año 2014 el Banco Santander, mientras que para el resto de entidades hemos acudido a la memoria anual publicada en el año 2014.

**Tabla 2.2. Grupo de interés en el que las entidades objeto de estudio centran su atención**

ENTIDAD	PRIORIDAD ESTRATÉGICA
BANKIA	Mejorar el índice de satisfacción de los usuarios.
BBVA	El principal punto de partida es la responsabilidad con los clientes, construyendo relaciones más equilibradas con ellos.
SANTANDER	Considera como punto fundamental el compromiso y apoyo a los empleados, ya que si estos se sienten motivados, valorados y recompensados, aumentará la fidelidad de los usuarios.
CAIXA	La primera línea estratégica es servir al cliente con el máximo nivel de calidad.

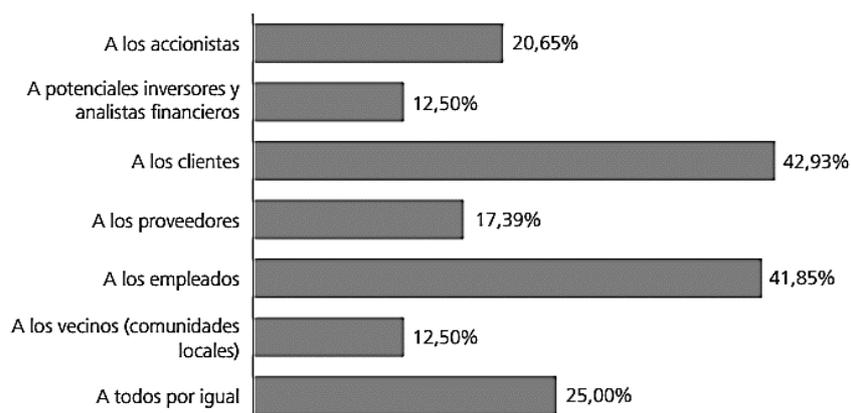
Fuente: Elaboración propia con la información secundaria de cada entidad financiera

Se observa claramente que tres de las cuatro entidades tienen como principal grupo de interés los clientes. No obstante, destacar que en sus informes también se le da importancia al resto de grupos de interés. El caso de Santander, única entidad que prioriza el personal de la empresa, indirectamente también pretende acercarse a los clientes, ya que considera que es necesario centrarse en el personal en primer lugar pues si los empleados se sienten bien con la entidad ello repercutirá en el trato ofrecido a los clientes. Cabe destacar también que en los resultados obtenidos tras un estudio llevado a cabo por Pérez (2013), que seleccionó a las entidades Santander, BBVA, Caja Cantabria, Caja Madrid y Caja Navarra, se llega a la conclusión de que los clientes son el principal grupo de interés estratégico, pues influyen directamente en la eficiencia corporativa y en el éxito comercial a corto, medio y largo plazo. La principal misión y visión de las entidades bancarias es considerar la satisfacción de las necesidades económico financiera de los clientes como la principal actividad de una entidad bancaria.

No todos los grupos de interés impactan o se ven impactados en la misma medida por actividades de las compañías, por lo que tampoco la gestión de la RSC suele estar equilibrada. Según un análisis realizado por Bordas y Trías (2012), se concluye básicamente, después de haber preguntado a los representantes de las empresas, que los principales grupos de interés a los que dirigen sus esfuerzos son los clientes y empleados, seguidos a cierta distancia por accionistas y proveedores, situándose en último lugar los potenciales inversores y analistas financieros y las comunidades locales.

A continuación se muestra en el gráfico 2.1. los resultados obtenidos por dichos autores.

**Gráfico 2.1. Destinatarios de las acciones de RSC**



Fuente: Bordas y Trías (2012)

## 2.2. Prácticas de RSC que llevan a cabo las entidades financieras españolas

La intención del presente apartado es mostrar las prácticas de Responsabilidad Social Corporativa (RSC) adoptadas por el sector financiero mediante la participación de las empresas del sector en iniciativas ligadas a la sostenibilidad. Las características del estudio llevado a cabo se exponen en la tabla 2.3. que se muestra a continuación:

**Tabla 2.3. Ficha técnica de la investigación**

<b>POBLACIÓN</b>	Entidades financieras.
<b>ÁMBITO GEOGRÁFICO</b>	España.
<b>MUESTRA</b>	4 entidades (Santander, BBVA, Bankia y Caixa).
<b>INFORMACIÓN RECOGIDA</b>	Cualitativa (prácticas sociales llevadas a cabo) y cuantitativa (inversión realizada) a través del análisis de memorias e informes de RSC, informes anuales y la información que proporciona cada entidad en su web.
<b>RECOGIDA DE INFORMACIÓN</b>	Desde el 1 de febrero hasta el 30 de junio de 2015.
<b>METODOLOGÍA</b>	Muestreo no probabilístico. Estudio de casos.

Fuente: Elaboración propia

El estudio de casos que se ha llevado a cabo es un análisis comparativo del contenido de memorias e informes. Las entidades fueron seleccionadas a través de un muestreo no probabilístico basado en la técnica por juicios (Ritchie y Lewis, 2003). La selección se debe a las características específicas de cada entidad en cuanto a su aportación de información sobre sus actuaciones en RSC, para poder llevar a cabo el análisis. El criterio de selección de las cuatro entidades bancarias se debe al elevado volumen de información que proporcionan éstas en sus páginas web. Además, consideramos que son entidades extendidas y muy conocidas por la sociedad española. Se seleccionaron dos bancos comerciales (Santander y BBVA) y dos grupos bancarios procedentes de la fusión de antiguas cajas de ahorro (Bankia y Caixa).

Cabe destacar que dichas entidades financieras exponen en sus informes las iniciativas que han desarrollado a lo largo del año con todos los grupos de interés (clientes, accionistas e inversores, proveedores, empleados, comunidad y medio ambiente). No obstante, en el presente trabajo sólo vamos a centrarnos en las actividades sociales más

destacadas que han desarrollado con los ciudadanos y en el medio ambiente por motivos de posibilidad de comparación de datos. Para ello hemos analizado los Informes de Sostenibilidad del año 2014, que han elaborado según la guía para la Elaboración de Informes de Sostenibilidad de la Global Reporting Initiative, y verificadas por Deloitte en el caso de Santander, BBVA y Caixa (Memorias de Sostenibilidad de cada entidad, 2014). Mientras que para el caso del grupo Bankia los datos han sido analizados en su web corporativa y mediante el análisis del informe BFA-Año II, pues es donde la entidad hace referencia a las tareas que ha desarrollado en materia de Responsabilidad Social Corporativa (Informe BFA-Bankia, Año II) a lo largo del año. Resulta difícil distinguir entre los tipos de responsabilidad social que aplican las entidades financieras debido a que no existe una normativa común en todas las organizaciones. Cada entidad establece su propio criterio de inversión en los diferentes aspectos sociales, ya sea en comunidad y grupos de interés como en otros aspectos que éstas consideren relevantes, teniendo en cuenta solamente el tipo de criterio o juicio que la propia entidad considere oportuno. Para poder establecer una comparativa aproximada entre estos cuatro bancos, se decidió realizar una división en cuatro ámbitos: comunidad, educación, medio ambiente y otros aspectos e iniciativas artísticas y culturales.

Procedemos a hacer una distinción de los tipos de inversión social comentados anteriormente, incluyendo en cada uno de ellos las actividades y programas de responsabilidad social más destacados, implementados por cada una de las entidades objeto de estudio del presente trabajo.

### 2.2.1. Prácticas que se llevan a cabo en la comunidad para el apoyo de los más vulnerables

En el presente apartado resaltamos las actuaciones más destacadas que cada entidad lleva a cabo en apoyo de los más frágiles de la sociedad. Esto es posible gracias al compromiso de los empleados y con la ayuda de voluntarios.

Se atiende a diversas organizaciones no gubernamentales e instituciones de labor humanitaria, para ayudar a las familias más vulnerables (discapacitados, personas con escasa formación, mujeres víctimas de la violencia de género,...) a cubrir sus necesidades básicas, facilitando también la inserción de este colectivo en el mercado laboral. Favoreciendo con todo ello el desarrollo local y rural.

La siguiente tabla 2.4. muestra la participación y contribución de cada una de las entidades hacia este colectivo frágil de la sociedad.

**Tabla 2.4. Colaboración con instituciones y financiación de proyectos para apoyar a los más vulnerables**

<b>SANTANDER</b>	Colabora con organizaciones como: Cruz Roja, Aldeas Infantiles, la AECC o banco de alimentos y financiando los proyectos de diversas ONG.
<b>BANKIA</b>	Realiza donaciones y contribuciones con comedores sociales, apoyo a fundaciones para contribuir con los colectivos más vulnerables, desarrollo de proyectos sociales locales, donaciones de material mobiliario e informático, apoya proyectos de entidades que fomenten la integración laboral de discapacitados, apoyo a la mujer, apoyo a clientes vulnerables... Entre las fundaciones que apoya, destacan: Cáritas, Cruz Roja, Adecco, ONCE,...
<b>BBVA</b>	Apoya a la fundación Adecco, para ayudar a clientes que han perdido su vivienda, aportan viviendas para ayudar a que las familias con necesidades especiales puedan acceder a un alquiler, ...
<b>CAIXA</b>	Apoya proyectos como vivienda asequible para las personas que han visto reducidos sus ingresos. Fomenta la atención integral a personas con enfermedades avanzadas, el apoyo a los mayores, apoya a diversas fundaciones. Ofrece ayudas para ONG con proyectos de desarrollo económico y social,...

**Fuente: Elaboración propia a partir de la información secundaria de las entidades**

### 2.2.2. Prácticas sociales en educación

Uno de los programas sociales en donde más invierten las entidades financieras es en formación, pues la consideran una variable principal para contribuir con el progreso económico y social de las comunidades en las que están presentes. Las cuatro entidades invierten en tres segmentos diferentes dentro de la variable educación, ya sea infantil, para jóvenes o financiera. De estos tres, es en educación infantil donde las entidades dedican una menor inversión, favoreciendo la educación superior. Ésta última se fomenta mediante convenios que permiten la realización de diversos proyectos, así como el desarrollo de programas internacionales de cooperación, que promueven la colaboración entre diferentes universidades. El tercer segmento está dirigido a la educación financiera, con el fin de mejorar los conocimientos de las finanzas en las diferentes etapas de la vida. Las entidades fomentan también programas de becas y ayudas para que sea posible una educación al alcance de toda la sociedad, favoreciendo un crecimiento sostenible de todas las comunidades que la forman.

En la siguiente tabla 2.5. se muestran los aspectos más valorados en este ámbito por cada una de las entidades financieras que hemos seleccionado en nuestro estudio.

**Tabla 2.5. Segmento de mayor importancia en el ámbito educativo**

ENTIDAD FINANCIERA	EDUCACIÓN	EDUCACIÓN FINANCIERA
SANTANDER	Su foco principal es la educación superior, centrado principalmente en convenios, becas y ayudas en las universidades.	Desarrolla múltiples programas en las comunidades que está presente.
BANKIA	Lo que más apoya es la Formación Profesional Dual.	No destaca la inversión.
BBVA	Promueve la educación para jóvenes en valores asociados al esfuerzo, igualdad de oportunidades, respeto mutuo y superación de desigualdades. También apoya el trabajo diario de los profesores en los centros escolares de Infantil, Primaria y Secundaria.	Es una de las prioridades estratégicas del grupo, promueve iniciativas para niños, jóvenes, adultos y los negocios.
CAIXA	Apoya la formación y el complemento de la educación en los jóvenes escolares.	No destaca la inversión.

**Fuente: Elaboración propia a partir de la información secundaria de las entidades**

### 2.2.3. Prácticas que se llevan a cabo en medio ambiente y otros aspectos

En este epígrafe recogemos las prioridades más destacadas por cada una de las entidades en el ámbito medioambiental. Asimismo se recogen otros aspectos a los que las entidades otorgan importancia, que han sido llevados a cabo en otros ámbitos como ciencia y salud. También se recogen otras aportaciones que han realizado, en las cuales no invierten tanto pues se trata de aportaciones puntuales y no permanentes.

Debido a la importancia actual que tiene la contribución con el medio ambiente, las organizaciones desarrollan su actividad preservando el ámbito donde trabajan, con iniciativas y proyectos que apuesten por su protección y mitiguen la huella ambiental.

Las entidades intentan medir el impacto que tiene el desarrollo de sus actividades en el medio ambiente. Para ello buscan medidas que contribuyan a reducirlo, promoviendo un contexto de actitudes responsables y un compromiso medioambiental entre todos los trabajadores. Este compromiso persigue la eco eficiencia en los recursos naturales y una serie de medidas proactivas para la lucha contra el cambio climático.

La tabla 2.6. que se muestra a continuación recoge las iniciativas más importantes de apoyo al medio ambiente.

**Tabla 2.6. Actividades de apoyo al medio ambiente y otros aspectos**

<b>SANTANDER</b>	Es una de sus prioridades estratégicas. Cuenta con un plan corporativo de eficiencia energética para el control de su huella ambiental, lleva a cabo programas de sensibilización de los empleados con el medio ambiente, dispone de centros con diseños sostenibles.
<b>BANKIA</b>	Promueve el plan de eficiencia energética por el que se suscita un uso más sostenible de los recursos. Programas de formación para los grupos de interés para la sensibilización con el medio ambiente, apoyando la lucha contra el cambio climático.
<b>BBVA</b>	El compromiso del grupo se recoge con el Plan Global de Ecoeficiencia (PGE) para reducir el consumo de agua, papel, CO2,... de los empleados, estableciendo controles en la generación de residuos, promoviendo el uso en la actividad de la empresa de energías renovables.
<b>CAIXA</b>	Desarrolla programas orientados a fomentar instrumentos que permitan el desarrollo humano sostenible, ya sea contribuyendo en la conservación de los espacios naturales, en el desarrollo de las empresas ambientales que generan nuevo empleo o apoyando a la investigación climática como elemento fundamental para afrontar los impactos del hombre sobre el entorno. Lleva a cabo proyectos nuevos para la conservación, el mantenimiento y la restauración de los entornos naturales.

**Fuente: Elaboración propia a partir de la información secundaria de las entidades**

#### *2.2.4. Prácticas que se llevan a cabo en arte y cultura*

En el ámbito cultural, las principales iniciativas que adoptan los bancos se manifiestan en la inversión en actividades relacionadas con el arte, la música y la literatura. Se fomenta en los ciudadanos el interés por aspectos culturales mediante exposiciones, colaboraciones con museos, apoyos a fundaciones, apoyo a eventos musicales y un sinnúmero de programas que promuevan el arte y la cultura del país.

La tabla siguiente 2.7. expone las prácticas que las entidades han llevado a cabo en el ámbito artístico y cultural.

**Tabla 2.7. Iniciativas en arte y cultura**

<b>SANTANDER</b>	Promueve la gestión, difusión y divulgación de la Colección Banco Santander. Realiza exposiciones para dar a conocer importantes colecciones de arte contemporáneo. Colabora con instituciones y museos en la organización de exposiciones, conferencias y programas didácticos. También colabora con prestigiosas instituciones musicales.
<b>BANKIA</b>	La entidad no destaca en este aspecto, aunque sí ha llevado a cabo actuaciones en el ámbito musical y recuperaciones de espacios culturales.
<b>BBVA</b>	Lleva a cabo programa de exposiciones anuales en colaboración con museos de referencia. Ha colaborado en la creación de una academia musical, realiza encargos musicales de composición e interpretación a grupos y orquestas.
<b>CAIXA</b>	Tiene acuerdos con museos, ha contribuido a la restauración del patrimonio arquitectónico, participa en numerosas colecciones de arte. En el ámbito musical promueve conciertos participativos con directores y orquestas sinfónicas de prestigio.

**Fuente: Elaboración propia a partir de la información secundaria de las entidades**

#### *2.2.5. Distribución en porcentajes de la inversión realizada en las prácticas de RSC por cada una de las entidades*

En este apartado se muestra el porcentaje invertido por cada una de las entidades financieras que estamos analizando en los ámbitos de: comunidad, educación, medio ambiente y otros aspectos e iniciativas en arte y cultura.

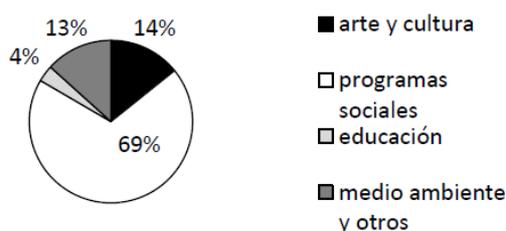
Cabe destacar que los porcentajes que se presentan a continuación constituyen una aproximación, ya que al no existir una restricción de normativa a seguir, cada entidad establece los porcentajes en base a lo que cada una ha concedido más importancia a lo largo del año. La ausencia de exactitud en los datos comentada, ha implicado la necesidad

de utilizar procedimientos alternativos para hallar la inversión aproximada que han realizado en cada materia. Esto nos permite establecer una comparativa entre todas y ver la importancia que le otorga cada entidad a cada ámbito. La obtención de la inversión y los porcentajes la explicaremos a continuación, en el análisis particular de cada entidad.

- Inversión realizada por “Caixa”

La inversión total de la entidad para el año 2014 ha sido de 434.7 millones de euros. Como podemos observar en el gráfico 2.2. ha destinado a *arte y cultura* 61.8 millones de euros, lo que equivale a un 14.2%. Al ámbito de *programas sociales* 300.9 millones de euros, que equivale a un 69.2%. En materia de *educación* e investigación 33.3 millones de euros que representa un 7.7%. La entidad explica que de ese porcentaje se destinaron 19 millones de euros a investigación, por lo que hemos deducido que el resto se ha destinado a educación, otorgándole por tanto la cantidad restante, que supone un total de 14.3 millones de euros lo que equivale a un 3.29% del total. Por último, en el ámbito de *medio ambiente y otros*, se han destinado 57.7 millones de euros, lo que representa un 13.27% del total.

**Gráfico 2.2. Porcentaje de inversión del grupo “Caixa”**

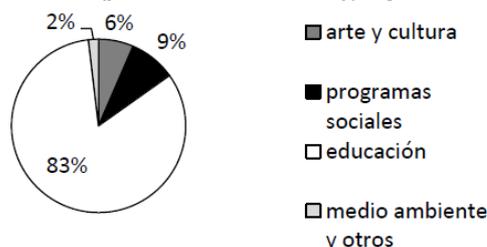


Fuente: Elaboración propia a partir de la información secundaria de Fundación “Caixa” (2014)

- Inversión realizada por “Santander”

La inversión total en el año 2014 fue de 187 millones de euros. Se dedicó 12.1 millones de euros al *ámbito artístico y cultural* que representa un 6.5%, 16.2 millones de euros a *programas sociales*, lo que representa un 8.66% del total. La cifra anterior de 16.2 millones de euros se obtuvo como resultado del sumatorio de la aportación al apoyo socioeconómico con 8.6 millones de euros y a la inversión en el bienestar social con 7.6 millones de euros. En el *ámbito educativo*, suma de la aportación a educación infantil y educación superior, se aportó la cantidad de 155.2 millones de euros, que equivale a un 82.99% del total. Por último, se destinaron a medio ambiente y otros aspectos como salud y ayuda humanitaria 3.5 millones de euros que equivale a 1.87% del total de la inversión. A continuación mostramos el gráfico 2.3. los porcentajes que ha invertido la entidad en cada uno de los ámbitos:

**Gráfico 2.3. Porcentaje de inversión del grupo “Santander”**

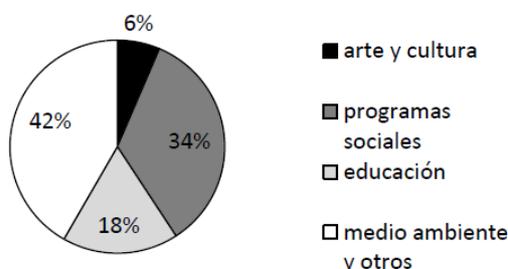


Fuente: Elaboración propia a partir de la información secundaria de “Santander” (2014)

- Inversión realizada por “Bankia”

La inversión total en el pasado año asciende a 23.975.539 millones de euros, sumatorio de la inversión a la comunidad y la aportación al medio ambiente. De esos 23.975.539 millones de euros 10 millones se destinan íntegramente al medio ambiente. La entidad, al destinar dos partidas diferentes, muestra una serie de porcentajes sin tener en cuenta los 10 millones invertidos en medio ambiente, por lo que destina bajo este criterio un 30% a educación, a cultura un 11% y el resto a programas sociales, que supone un 59%. Aplicamos estos porcentajes, mediante la herramienta matemática “regla de tres”, a la inversión total de 23.975.539 millones de euros para poder obtener en la distribución el 100%. Concluimos, como se presenta en el gráfico 2.4., que al *ámbito docente* se destinan 4.19 millones de euros, lo que representa un 17,49%; a iniciativas artísticas y culturales, que la entidad otorga bajo el nombre de patrocinios corporativos destina 1.54 millones de euros, que equivale a un 6,41%; al medio ambiente y otros se destinó un total de 10 millones de euros, lo que supone 41,71%; y por último, a los programas sociales se le destino un total de 4.81 millones de euros lo que equivale a un 34,39% de la inversión total.

**Gráfico 2.4. Porcentaje de inversión del grupo “Bankia”**



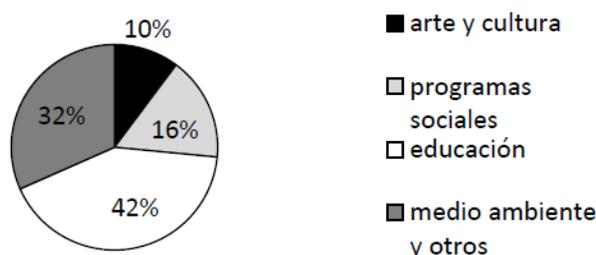
Fuente: Elaboración propia a partir de la información secundaria de Bankia (2014)

- Inversión realizada por “BBVA”

La inversión total del año 2014 es de 107.150 millones de euros. A *educación* se le atribuye un 43.93 millones de euros que supone 42%; al *ámbito cultural* se le asigna 10.72 millones de euros que supone el 10%; a *actividades sociales* 17.14 millones de euros que equivale a un 16% (sumatorio de las inversiones a apoyo entidades sociales y generación de conocimiento). Por último y para la contribución al *medio ambiente y otros aspectos* se aportan 33.22 millones de euros que representa un 32% (sumatorio de la aportación aproximada a ciencia con un 8% y a otros productos de alto impacto social; 24%).

A continuación se muestran en el gráfico 2.5. dichos porcentajes que ha invertido el grupo en cada uno de los ámbitos.

**Gráfico 2.5. Porcentaje de inversión del grupo “BBVA”**



Fuente: Elaboración propia a partir de la información secundaria de Grupo BBVA (2014)

## 2.2.6. Comparativa de la inversión realizada por cada una de las entidades objeto de estudio

En este apartado vamos a unificar en un gráfico todos los porcentajes que hemos obtenido anteriormente para poder establecer una comparativa aproximada acerca de la importancia que le dan las entidades a cada campo, permitiéndonos así, posteriormente, establecer un análisis de la importancia que le provee por ámbito, cada una de las entidades. Destacar que no es posible generalizar cual es el ámbito más importante del sector, ya que cada una destina su presupuesto según su propio juicio. No obstante, sí es posible determinar qué foco de atención es el más importante para cada una de ellas.

En el gráfico 2.6. que mostraremos a continuación, podemos observar que el campo de acción de cada uno de los bancos está dividido en cuatro ámbitos principales: actividades sociales, programas educativos, programas de medio ambiente y otros aspectos, e iniciativas artísticas y culturales.

El banco que mayor importancia le otorga a los *programas sociales*, es el grupo Caixa. Éste es el que mayor porcentaje atribuye a este tipo de iniciativas con un 69.2%, seguido de la entidad Bankia con un 34.39%; en penúltimo lugar la entidad BBVA con un 16% y, en último lugar, el grupo Santander con un 8.66%.

Continuando con los siguientes ámbitos, el banco que mayor importancia le otorga al *ámbito educativo* es el banco Santander con un 83%, seguido del grupo BBVA con un 41%. Bankia destina un 17.49%, siendo por tanto Caixa la de menor inversión con un 3.29%.

En el *ámbito medioambiental y otros* la entidad que más destaca es Bankia con 41.71%, seguido de BBVA con un 31%, le sigue la entidad Caixa con un 8.9%, encontrándose en último lugar el grupo Santander con un 1.87%.

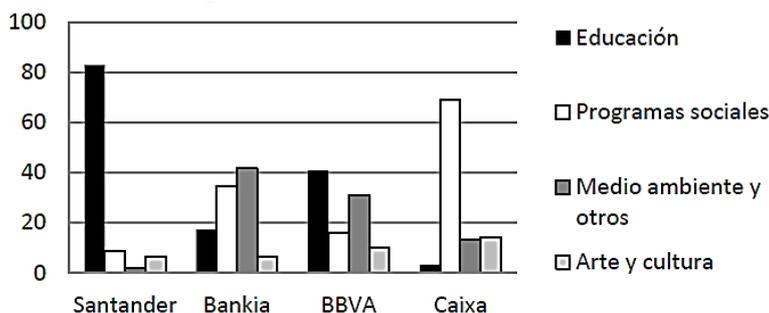
Por último, concluimos con el análisis en el *ámbito artístico y cultural*, siendo el menos importante en comparación con los demás. Hay poca notoriedad en la inversión en éste por parte de todas las entidades, ello es muestra de que es el aspecto al que menor aportación le destinan. Caixa es la entidad que más invierte en este sentido con un 14.2%, mostrando una pequeña disminución BBVA con un 10%, seguido del grupo Santander con un 6.5% y por último nos encontramos con Bankia con un porcentaje similar al del Santander, pues la inversión de este grupo es de un 6.41%.

Es notorio que hay dos entidades donde la inversión es más destacable en un aspecto concreto:

- Santander destina prácticamente toda su inversión a educación pudiendo decir que éste es su foco principal de actuación, convencido del papel determinante que la educación superior desempeña en el progreso social y económico. Santander apoya el desarrollo de una universidad más innovadora, más emprendedora, más competitiva y sin fronteras. Ha firmado 1.175 convenios con universidades. 28.443 becas y ayudas al estudio, y 4.700 proyectos de colaboración con las universidades durante el año 2014.
- El segundo punto más relevante es la inversión que hace Caixa en programas sociales, siendo por tanto las iniciativas sociales las más importantes para el grupo, siendo su misión principal “contribuir al progreso de las personas y de la sociedad”, considerando para ello la importancia que tiene invertir la mayor parte de su presupuesto en los colectivos más frágiles de la sociedad. Con el desarrollo de sus programas en el año 2014, se han beneficiado un total de 56.875 niños, 36.853 familias atendidas, 18.405 inserciones laborales y un sinnúmero de proyectos y acciones de apoyo a las personas más vulnerables.

Por último, BBVA y Bankia no sobresalen demasiado en ningún ámbito, aunque sí que es cierto que le dan mayor importancia a algunas iniciativas sociales. No obstante, esta diferencia no es tan sobresaliente como los dos casos comentados anteriormente. Destacar que para Bankia lo más importante es el medio ambiente, mientras que para BBVA es la educación. Sin embargo, en estos dos grupos, Bankia y BBVA, observamos claramente que la menor importancia se le otorga, sin duda, a los programas artísticos y culturales.

**Gráfico 2.6. Comparativa de la inversión de todas las entidades**



**Fuente:** Elaboración propia a partir de la información secundaria de las entidades del año 2014

### 2.3. La Responsabilidad Social Corporativa y la reputación

El objetivo del presente apartado es mostrar cómo influye en la reputación de las entidades financieras la inversión en Responsabilidad Social Corporativa. Para ello mostraremos la definición del concepto, pues ésta tiende a ser confundida con términos como identidad e imagen.

La identidad corporativa representa el conjunto de símbolos de la organización, que da lugar a la imagen corporativa, conjunto de impresiones que provoca la empresa en los individuos, y que finalmente configura la reputación corporativa, juicio de valor global de los grupos de interés sobre la organización (Barnett, Jermier y Lafferty, 2006).

La RSC, como hemos venido explicando, contribuye a la mejora de la imagen de la empresa en la sociedad, pero ello no implica una buena reputación en la empresa. Siguiendo este planteamiento, cabe hacer mención a la reflexión que Villafañe (2009) propone sobre este último aspecto, y que mantiene que la responsabilidad corporativa es una condición necesaria pero no suficiente de la reputación, ya que para que una organización tenga una buena reputación debe ser una empresa responsable. Además, añade el autor, debe responder a otra serie de criterios como: ser rentable, tener una oferta comercial de calidad, ser un buen lugar de trabajo, ser innovadora y poseer una dimensión global.

Para evaluar dicha reputación se hace uso de la información facilitada por el Monitor Empresarial de Reputación Corporativa (MERCOC, 2015). Este instrumento mide siete conceptos: (1) reputación, (2) compromiso con la comunidad, (3) responsabilidad social y medioambiental, (4) calidad de productos y servicios, (5) respeto a los derechos del consumidor, (6) calidad de la información y (7) resultados económico-financieros. Las metodologías aplicadas incluyen encuestas, evaluaciones de expertos y evaluaciones directas por parte del Monitor. Los resultados se presentan en un ranking de las 100 empresas con mejor reputación corporativa en España.

Por los resultados expuestos en la tabla 2.8., el hecho de que las entidades Santander, BBVA y Caixabank se encuentren entre las 100 empresas con mejor reputación en España, ocupando además puestos destacados, indica que la integración en la actividad empresarial de la RSC está sirviendo a las entidades financieras para consolidar su ventaja competitiva y su consiguiente beneficio distintivo del resto de empresas.

Sin embargo, este resultado positivo no se produce en el caso de Bankia, ya que su puesto con respecto a las tres anteriores es considerablemente más negativo o no aparece entre las 100 empresas con mejor reputación. Ello no implica que la empresa no esté reconocida o que no tenga compromiso con la sociedad, sino que quizás su estrategia empresarial está más enfocada a la maximización de sus beneficios y no tanto al resto de aspectos, sin olvidar las dificultades que ha atravesado en los últimos años.

**Tabla 2.8. Reputación de las entidades bancarias seleccionadas**

<b>RESULTADO</b>	<b>CAIXA</b>	<b>BANKIA</b>	<b>BBVA</b>	<b>SANTANDER</b>
<i>Ranking Mercoempresas</i>	Puesto 8	No presente en el año 2015	Puesto 6	Puesto 3
<i>Ranking Mercoempresas sector bancario</i>	Puesto 3	Puesto 10	Puesto 2	Puesto 1
<i>Ranking Mercoresponsabilidad</i>	Puesto 4	No presente en el año 2015	Puesto 8	Puesto 12

Fuente: Elaboración con información secundaria de MERCO (2015)

### 3. APLICACIÓN DE LA RSC EN CANARIAS. ESTUDIO DE CASO: LA FUNDACIÓN “CAIXA”

El objetivo del presente apartado es dar a conocer un caso concreto de aplicación de RSC en la Comunidad Autónoma de Canarias. Para ello vamos a mostrar la actividad que ha desempeñado la Fundación “Caixa” en Canarias a través de la Obra Social. Comenzaremos haciendo un repaso de las actividades de RSC desarrolladas desde los inicios de la entidad en la Comunidad Autónoma. Seguidamente daremos a conocer su acción solidaria, concluyendo con un análisis de la inversión total que ha hecho el grupo en actividades sociales desde 1989 hasta el año 2013.

En el año 1989 comienza el camino de CaixaBank en Canarias. El compromiso social de “la Caixa” es un rasgo que ha estado presente desde su origen, pues es en sus estatutos fundacionales del año 1904 dónde se afianzaba el fin social como objetivo del grupo. Todo esto lo ha desarrollado a través de sus cuatro ámbitos de trabajo, siendo estos: programas sociales para atender a personas en situación de riesgo social y luchar contra la pobreza y el desempleo; programas educativos que promuevan el talento y la educación; programas culturales y programas de ciencia, investigación y medio ambiente. Los principios fundacionales, a pesar de la crisis económica que hemos tenido que afrontar en Canarias, no han variado; e incluso el grupo ha intentado dar una respuesta diferenciada que se traduce en facilitar medidas a las empresas y familias para superar las dificultades económicas y poder mejorar la calidad de vida de los que más sufren (Fundación “la Caixa”, 2014).

#### 3.1. Obra social del grupo en Canarias

La obra social de “la Caixa” se divide también en cuatro ámbitos principales (Fundación “la Caixa, 2014”): programas educativos que promueven la formación y apoyan el talento; programas culturales; programas de ciencia, investigación, medio ambiente y programas sociales dirigidos a las personas más vulnerables de la sociedad. A continuación vamos a dar a conocer las actividades sociales que ha desempeñado y desempeña “la Caixa” en Canarias.

- Programas educativos, culturales, de ciencia y medio ambiente

Las actuaciones que “la Caixa” desempeña en el ámbito educativo, se centran en atender situaciones de riesgo o de déficit educativo a través de iniciativas que complementen las que reciben los docentes en los colegios.

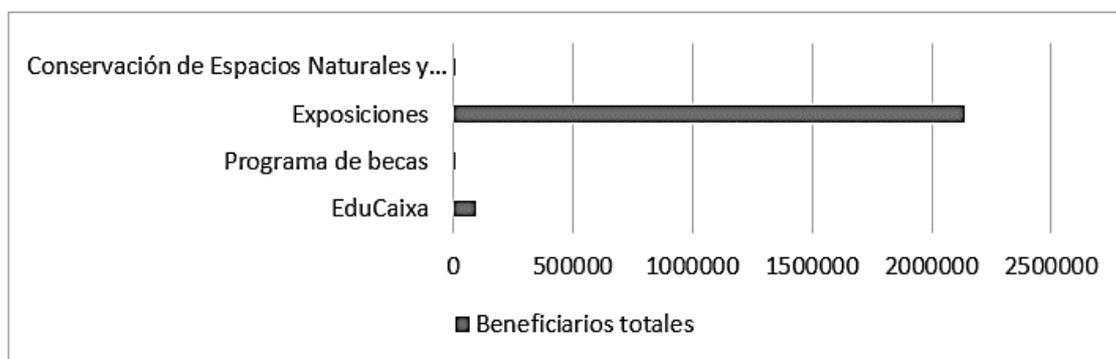
La contribución del grupo en aspectos artísticos y culturales queda reflejada en la realización de numerosas exposiciones, conciertos y restauraciones de edificios, contribuyendo así a fomentar en la sociedad estas actividades.

La entidad le otorga también bastante importancia a las actuaciones referentes a ciencia y medio ambiente, con actividades que contribuyan a la concienciación y al fomento entre los jóvenes de actuaciones socialmente responsables.

Para mostrar la repercusión que ha tenido la entidad en la sociedad con la puesta en marcha de las iniciativas desarrolladas en el ámbito educativo, cultural, medioambiental y científico, reflejaremos en el gráfico 3.1. el número de personas que se han beneficiado de las actividades relacionadas con los mismos. El ámbito que más repercusión ha tenido en la sociedad es el artístico y cultural, siendo su foco principal las exposiciones, con un total de 2.140.310 visitantes en 205 exposiciones. El segundo más destacado es el ámbito educativo “EduCaixa” con un total de 96.268 beneficiarios entre las dos provincias canarias. Seguidamente se encuentra el programa medioambiental de “Conservación de espacios naturales” por el que se han insertado laboralmente un total de 1.202 personas a través de 193 proyectos.

Posteriormente destaca, también en el ámbito educativo, el programa de becas, por el que se han concedido un total de 32 ayudas a estudiantes canarios para estudios de posgrado.

**Gráfico 3.1. Personas respaldadas en el ámbito educativo, artístico cultural y medioambiental y ciencia**



**Fuente: Elaboración propia a partir de la información primaria de la entidad**

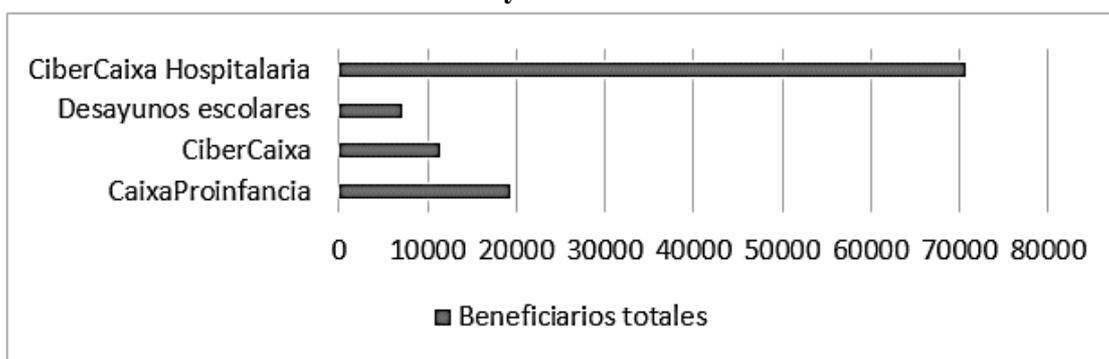
- Programas sociales:

En las actividades sociales, el grupo tiene en cuenta diferentes iniciativas para apoyar a las personas más vulnerables de la sociedad. Centra su atención principalmente en el desarrollo de actuaciones destinadas a los colectivos más frágiles apoyándoles y dándoles más facilidades para mejorar la vida de las personas que se encuentran en situación más difícil. Las iniciativas en las que destaca el grupo dentro de programas sociales son: atención a la infancia, personas mayores, empleo, vivienda y otros programas sociales que explicaremos a continuación, así como la repercusión que tiene la puesta en marcha de estos proyectos en la sociedad.

Observamos en el gráfico 3.2. el número de niños canarios que han sido beneficiados por la inversión realizada por la entidad.

El que mayor número de beneficiarios tiene es el programa “CiberCaixa Hospitalaria”, con un total de 70.668 beneficiarios; le sigue el programa “CaixaProinfancia” donde se han podido beneficiar un total de 19.314 niños, tanto de la provincia de Las Palmas como de la provincia de Santa Cruz de Tenerife. Seguidamente nos encontramos con la iniciativa “CiberCaixa” con un total de 11.461 niños beneficiados. En último lugar encontramos el programa “Desayunos escolares”, dónde son 7.169 niños a los que se les ha podido proporcionar el desayuno.

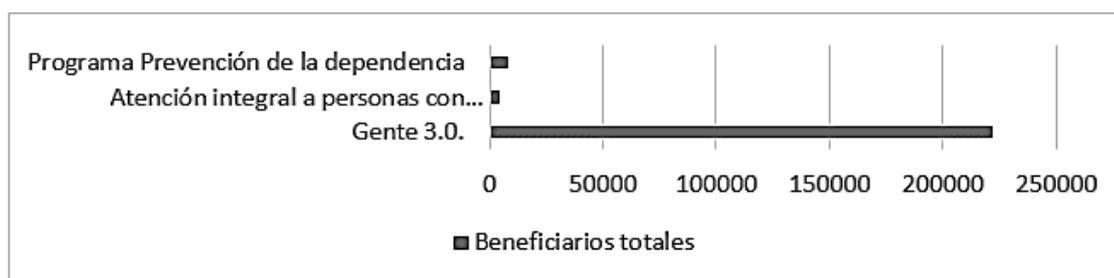
**Gráfico 3.2. Personas ayudadas en atención a la infancia**



**Fuente: Elaboración propia a partir de la información primaria de la entidad**

Siguiendo la misma línea que en el resto de iniciativas, presentamos en el gráfico 3.3. las personas de las Islas Canarias que han podido beneficiarse de los programas que ha seguido desarrollando la entidad. El programa “Gente 3.0” es el que recoge un mayor número de beneficiarios, con un total de 222.394 participantes a lo largo de todos los años y consiste en impulsar en los mayores y centros penitenciarios el acceso a las nuevas tecnologías. De este número de personas favorecidas, cabe destacar que 1.581 son beneficiarios reclusos. A este le sigue el programa “Prevención de la Dependencia y Soporte al Cuidado Familiar” con un total de 8.028 beneficiarios en las actividades llevadas a cabo. Con el menor número de partícipes encontramos la “Atención integral a personas con enfermedades avanzadas y sus familiares” con un total de 4.237 beneficiarios, siendo de estos 1.483 pacientes, mientras que el resto son familiares atendidos.

**Gráfico 3.3. Personas beneficiadas con el programa de atención a mayores y dependientes**



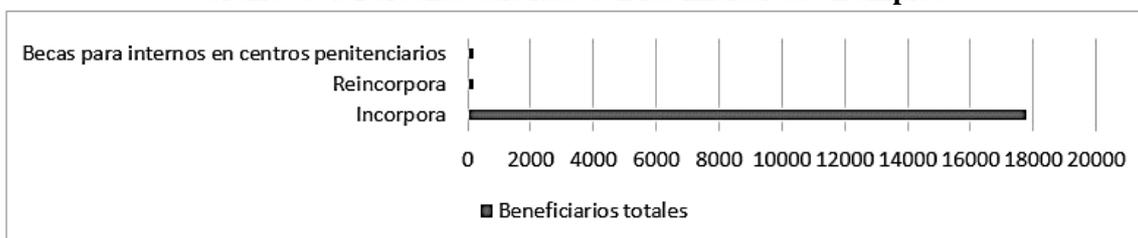
**Fuente: Elaboración propia a partir de la información primaria de la entidad**

Para favorecer el empleo, la entidad ha desarrollado diversas actividades para incentivar la contratación de las personas más vulnerables. A continuación en el gráfico 3.4., recogemos las personas que han podido beneficiarse de las actividades de empleabilidad. Sin lugar a duda, el programa “Incorpora” es el que recoge un mayor número de beneficiarios atendidos, con un total de 17.776 personas. Ello nos muestra que la entidad se ha implicado bastante en la contribución con este sector tan frágil de la población.

Seguidamente encontramos los programas “Reincorpora” y “Becas para internos en centros penitenciarios” destinados a la reinserción de reclusos con un total de 180 y 164 beneficiarios respectivamente.

Seguidamente se muestra el número de personas que han podido beneficiarse de las iniciativas llevadas a cabo por el grupo facilitándoles una residencia y otra serie de iniciativas.

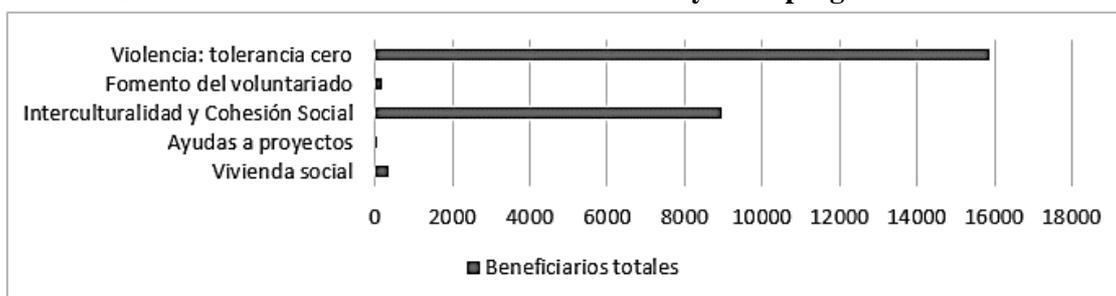
**Gráfico 3.4. Personas asistidas con las iniciativas en empleo**



**Fuente: Elaboración propia a partir de la información primaria de la entidad**

En el gráfico 3.5., podemos observar que el programa que mayor repercusión ha tenido en la sociedad es el de “Violencia: tolerancia cero” con un total de 15.892 visitantes a la exposición. Seguidamente, encontramos el de “Interculturalidad y Cohesión Social” contando con un total de 8.959 personas ayudadas en su integración social en el conjunto de la ciudadanía. Le sigue el programa de “Vivienda Social: Alquiler Solidario” por el que han podido beneficiarse un total de 355 familias con este régimen de alquiler. En penúltimo lugar encontramos las iniciativas de fomento del voluntariado, donde han participado un total de 171 voluntarios. Finalmente el grupo ha financiado un total de 34 proyectos, aunque la cifra es casi inapreciable con respecto a los demás programas, supone una contribución muy importante para las personas que se han beneficiado de los mismos.

**Gráfico 3.5. Personas favorecidas en vivienda y otros programas sociales**



**Fuente: Elaboración propia a partir de la información primaria de la entidad**

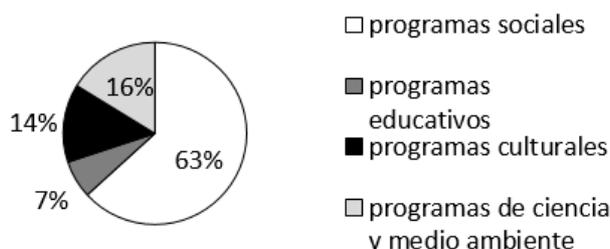
En el anexo se presentan siete tablas, de la 3.1. a la 3.7., donde se recogen de forma detallada las principales iniciativas en cada ámbito emprendidas por la Fundación “Caixa”.

### **3.2. Valoración de la inversión global de la Fundación “Caixa” en Obra Social**

El ámbito de inversión social del grupo recordemos que se divide en cuatro aspectos principales: programas sociales, programas educativos, programas culturales y programas de ciencia, investigación y medio ambiente.

El gráfico 3.6. que mostraremos a continuación, refleja la inversión social en los diferentes programas.

**Gráfico 3.6. Inversión de “la Caixa” entre 1989 y 2013**



**Fuente: Elaboración propia a partir de la información primaria de la entidad**

Podemos apreciar que al sector de Acción Social se le ha destinado un total de 72.838.000 euros, que representa un 63.20% del presupuesto, siendo este el foco principal en el que la institución centra su atención. El segundo ámbito más importante para la empresa son los programas de ciencia y medio ambiente, enfocados a contribuir con la preservación del medio ambiente y de los espacios naturales. Cuenta con una aportación de 18.670.500 euros, lo que supone un 16.20%. El tercer ámbito beneficiario de la Obra Social de “la Caixa” es el artístico y cultural, dónde la entidad ha invertido en diferentes exposiciones y conciertos para acercar a la sociedad el arte y la cultura. Para ello ha invertido un total de 16.019.750 euros, lo que equivale al 13.90% del presupuesto. Por último, encontramos el ámbito educativo, siendo este el aspecto donde la entidad realiza la menor inversión, pero no por ello es el ámbito menos importante. En él la entidad ha invertido un total de 7.721.750 millones de euros que supone un 6.70% de la inversión del grupo, siendo los colectivos beneficiados los niños y jóvenes a través de más formación o becas para continuar con sus estudios.

En los programas sociales, la atención a la infancia conforma uno de los ejes fundamentales de la acción social de la Fundación desde el primer momento en las Islas Canarias, junto con la atención especial a las personas desfavorecidas.

El hecho de que en campos como educación se destine un menor presupuesto, se debe a que estas iniciativas complementan la acción que llevan a cabo las instituciones públicas. Por último, resaltar que la Obra Social llevada a cabo por la Fundación “Caixa” se caracteriza por una gran inversión económica en diferentes programas, siendo dedicar una parte de la distribución de beneficios a esta causa una de las manifestaciones de la naturaleza fundacional de las cajas de ahorros. Su atención principal es el apoyo a los ciudadanos, mientras que en el resto de programas destina un menor presupuesto. Esto se debe a que las actuaciones de carácter cultural, educativo y de ciencia y medio ambiente han perdido cierta importancia como consecuencia de la intervención de las Administraciones Públicas (López, Cornejo, Salvador y Cepeda, 2007) y la consiguiente dotación de infraestructuras en este campo.

## CONCLUSIONES

A lo largo del presente trabajo ha quedado clara la importancia que se le otorga a la aplicación de RSC tanto por parte de las empresas como el entorno en el que opera. Los principios que caracterizan a la empresa responsable y sostenible son: prácticas adecuadas hacia el medio ambiente, compromiso hacia la sociedad y diferenciación con respecto al resto. Para poder llevar a la práctica estos principios se requiere de la implicación de todas las personas que conforman la organización. No obstante, para que las empresas asuman estas medidas socialmente responsables se hace necesario que tanto éstas como las autoridades públicas promuevan ese desarrollo.

La sociedad reclama cada vez más empresas responsables e implicadas, buscando nuevas prácticas financieras con fines éticos y sociales. Como consecuencia, las organizaciones tradicionales centradas únicamente en maximización de beneficios quedan obsoletas. Por lo que para perdurar en el tiempo, las empresas deben tener en cuenta las opiniones de los miembros de la sociedad que les rodea y, por consiguiente, lo que estos demandan. Si únicamente se centran en producir bienes y servicios la organización decaerá progresivamente a lo largo del tiempo.

La RSC se ha convertido en una exigencia, sobre todo en el sector bancario pues se trata de una pieza clave en el funcionamiento del sistema económico. Por ello, la repercusión que supone en el entorno el desarrollo de la actividad de las entidades financieras, está en el punto de mira de todos los miembros de la sociedad y de los grupos de interés. Así, las entidades financieras para garantizar su supervivencia a largo plazo tienen que buscar la forma de obtener buena imagen pública, mejorar su reputación, respondiendo a las necesidades que reclaman los ciudadanos.

Podemos concluir que la preocupación por la RSC en el entorno financiero aumenta por dos razones principales: por la necesidad de las entidades de gestionar adecuadamente sus riesgos reputacionales, éticos, sociales y medioambientales, y por la creciente presión de reguladores e instituciones gubernamentales, clientes y comunidad en general. Estos últimos exigen mayor transparencia e involucración de la banca en la sociedad y en un desarrollo sostenible. Siendo los clientes el principal grupo de interés a los que las instituciones dedican mayor importancia.

El hecho de que las entidades publiquen datos sobre RSC provoca, sin duda, efectos positivos, lo que conlleva que cada vez dediquen más esfuerzos a informar a los grupos de interés. Esta información se enfoca con un doble sentido: publicitario e informativo. Es importante que la entidad financiera sea transparente y que la sociedad conozca todas sus acciones, de manera que la RSC se convierta en un factor de prestigio. No obstante, destacar que el verdadero valor de la RSC no reside en la elaboración de informes o memorias de RSC, sino en la importancia para generar confianza entre los diferentes grupos de interés. No hay que olvidar que uno de los pilares de la banca es la confianza, siendo la reputación uno de sus principales activos. El riesgo reputacional es la primera amenaza para la valoración de una compañía en el mercado, siendo en este punto donde debe intervenir la RSC, convirtiéndose en una de las bases sobre las que reconstruir dicha confianza.

En cuanto al estudio analítico comparativo que hemos llevado a cabo, cabe destacar que las entidades financieras estudiadas están comprometidas con la RSC. Éstas emplean sus páginas webs para comunicar sus iniciativas de responsabilidad social a los ciudadanos, ofreciendo un acceso fácil a las mismas, mostrando la RSC que han desarrollado a lo largo del año, y destacando claramente a los grupos de interés beneficiados. En sus informes se observa que, éstas invierten en función de su propio juicio y utilizan distintas partidas de contabilización de las inversiones, dado que no existe una normativa común para todas, por lo que una homogeneización en la información que éstas publican permitiría proporcionar conclusiones más acertadas en futuras investigaciones.

La Obra Social que ha realizado y que sigue realizando la Fundación “Caixa” en Canarias es, sin lugar a duda, bastante notoria en la sociedad. Como se ha podido apreciar, la entidad lleva a cabo numerosas iniciativas que muestran su compromiso en todos los ámbitos, aunque hace especial hincapié en los programas sociales. Destacamos el importante esfuerzo realizado, sobre todo teniendo en cuenta la crisis actual y la gran cantidad de insuficiencias o carencias con las que cuenta la población en la Comunidad Autónoma de Canarias. Se requiere continuidad en las mismas.

Por último, resaltar la idea que hemos comprobado en el análisis como aspecto positivo, esto es la no coincidencia en un mismo ámbito de los esfuerzos llevados a cabo en RSC por parte de las entidades analizadas. El foco de actuación principal del grupo Santander es la educación, mientras que el de la Fundación Caixa son los programas sociales, el grupo Bankia se centra en el medio ambiente y, por último, el grupo BBVA no sobresale demasiado en la inversión en ningún ámbito concreto, aunque le otorga mayor importancia al ámbito educativo. Da la sensación de que, de manera no planificada, las entidades se han orientado hacia un colectivo o grupo de beneficiarios diferentes, lo que hace que todos los ámbitos más importantes para la sociedad queden respaldados por las entidades financieras.

## **LIMITACIONES ENCONTRADAS EN EL DESARROLLO DEL ESTUDIO**

El desarrollo del trabajo ha venido acompañado de diversas dificultades, por lo que no ha sido tarea fácil llevar a cabo el análisis.

La falta de homogeneidad en la información de RSC que ponen a disposición del público las entidades bancarias, dificulta la extracción de conclusiones y comparaciones sólidas entre las empresas.

Asimismo existe poca información secundaria acerca de las iniciativas de RSC impulsadas por las entidades financieras españolas, pues para poder analizar dichas actividades tuvimos que limitarnos a lo que éstas publican en sus páginas webs. Destacar que en el caso de la Comunidad Autónoma de Canarias la dificultad para encontrar datos, tanto cuantitativos como cualitativos, de las prácticas de RSC que han desarrollado ha sido mayor. La información la obtuvimos acudiendo directamente a la entidad financiera para que nos la facilitaran, pues en sus webs los datos que se proporcionan son a nivel nacional.

Además, el estudio, en un principio, se iba a realizar mediante el análisis comparativo del compromiso social llevado a cabo entre dos entidades financieras canarias con la sociedad, pero debido a la negativa de proporcionarnos los datos necesarios otras entidades, tuvimos que centrar nuestro estudio únicamente en el análisis de la Obra Social de la Fundación Caixa, dado que ésta nos proporcionó la información sin ningún tipo de inconveniente. Consideramos que la información pública de las actividades socialmente responsables por parte de las entidades financieras es bastante escasa a nivel nacional, pero sobre todo a nivel de la Comunidad Autónoma de Canarias.

## **FUTURAS LÍNEAS DE INVESTIGACIÓN**

Para consolidar la investigación en el ámbito de la RSC en las entidades financieras de España y Canarias, creemos necesario en un futuro investigar la relación existente entre la puesta en práctica de las actividades de compromiso social con el beneficio económico que ello supone para las empresas, ya sea en términos de reducción de costes, en el mantenimiento de estos en el mercado o mejora de imagen.

Consideramos, también, interesante estudiar la repercusión que las actividades llevadas a cabo tienen en la sociedad, así como si se cumple o no con las expectativas sociales y cuál es el proceso que la empresa lleva a cabo para poder dar a conocer su actividad. Todo ello podríamos analizarlo mediante un estudio probabilístico que comprenda encuestas a las entidades y que nos permita llegar a diferentes segmentos de la población, ya sea de usuarios de las entidades encuestadas o no, obteniendo así un resultado que se pueda generalizar.

## REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- AECA (2004). *Marco conceptual de la responsabilidad social corporativa*. Asociación Española de Contabilidad y Administración de Empresa. Madrid: AECA.
- Barnett, M., Jermier, J. y Lafferty, B. (2006). Corporate reputation: The definitional landscape. *Corporate reputation review*, 9(1), 26-38.
- Boatright, J. (1993). *Ethics and the conduct of business*. Englewood Cliffs: Prentice Hall.
- Bowen, H. (1953). *Social responsibilities of the businessman*. New York: Harper&Row.
- Bravo, R., Matute, J. y Pina, J. M. (2011). Corporate social responsibility as a key element of banks identity: A content analysis. En A. Pérez y I. A. Rodríguez del Bosque (coord.), *La imagen de Responsabilidad Social Corporativa en un contexto de crisis económica: El caso del sector financiero en España*, 14-29. Santander: Universia Business Review, 33.
- Brealey, R., Myers, S., Marcus, A. y Aparicio, P. (2007). *Finanzas Corporativas*. Madrid: McGraw-Hil.
- Carroll, A. (1991). The pyramid of corporate social responsibility: Toward the moral management of organizational stakeholders. *Business horizons*, 34(4), 39-48.
- Carroll, A. (1999). Corporate social responsibility evolution of a definitional construct. *Business & society*, 38(3), 268-295.
- Comisión de las Comunidades Europeas (2001). *Fomentar un marco europeo para la responsabilidad social de las empresas*. Bruselas: COM 366-final.
- Confederación Española de Cajas de Ahorro (2008). *Libro verde sobre la Responsabilidad Social Corporativa en el sector financiero: Una aproximación a la sostenibilidad desde las entidades financieras*. Madrid: Confederación Española de Cajas de Ahorro.
- Davis, K. (1960). Can Business Afford to Ignore Social Responsibilities? *California Management Review*, 2(3), 70-76.
- Davis, K., Frederick, W. y Blomstrom, R. (1988). *Business and society. Concepts and policy issues*. New York: McGraw Hill.
- De la Cuesta, M. (2004a). El porqué de la Responsabilidad Social Corporativa. *Boletín económico de ICE, Información Comercial Española*, 2813, 45-58.
- De la Cuesta, M. (2004b). La Responsabilidad Social en el Sector Bancario: una propuesta de indicadores para medir su contribución social. *Cuadernos de Información Económica*, 180, 79-85.
- De la Cuesta, M. (2006). Responsabilidad Social del Sector Bancario. Su contribución a un desarrollo más sostenible. *Papeles de Economía Española*, 108, 173-190.
- De la Cuesta, M. y Valor, C. (2003). Responsabilidad social de la empresa. Concepto, medición y desarrollo en España. *Boletín Económico De ICE, Información Comercial Española*, 2755, 7-20.
- Duque, Y. V. y Martínez, D. (2012). Responsabilidad social empresarial en la dimensión laboral: caso Bancolombia y BBVA. *Revista Facultad de Ciencias Económicas de la universidad militar Nueva Granada: Investigación y Reflexión* 20(1), 171-187.
- Elkington, J. (1997). *Cannibals with Forks: Triple Bottom Line of 21st Century Business*. Oxford: Capstone Publishing Ltd.
- Fernández, R. (2009). *Responsabilidad Social Corporativa*. Alicante: Editorial Club Universitario.
- Foro de Expertos del Ministerio de Trabajo y Asuntos Sociales (2007). *Informe del Foro de Expertos en Responsabilidad Social de las Empresas*. Madrid: Foro de Expertos.

- Friedman, M. (1970). The Social Responsibility of Business is to Increase its Profits. *New York Times Magazine*, 13, 2-6.
- García, S. (1994). *Introducción a la Economía de la Empresa*. Madrid: Diaz De Santos.
- Giannarakis, G. y Theotokas, I. (2011). The effect of financial crisis in corporate social responsibility performance. *International Journal of Marketing Studies*, 3(1), 2-10.
- Guerras, L. Á. y Navas, J. E. (2007). *Dirección Estratégica de la Empresa. Teoría y Aplicaciones. 4ª edición*. Madrid: Thomson-Civitas.
- Haro, A., Alarcón, F. y Caba, M. d. (2012). Los determinantes de la divulgación de información sobre responsabilidad social corporativa en el sector financiero: el caso español. *Revista Facultad de Ciencias Económicas de la Universidad de Almería: Investigación y Reflexión*, 20(1), 189-205.
- López, F. J., Cornejo, P., Salvador, E. y Cepeda, R. (2007). La obra social de las cajas de ahorro: un análisis exploratorio. *Universia Business Review*, 14, 84-95.
- Luo, X. y Bhattacharya, C. B. (2006). Corporate social responsibility, customer satisfaction, and market value. *Journal of marketing*, 70(4), 1-18.
- Marín, L. y Rubio, A. (2008). La responsabilidad social corporativa como determinante del éxito competitivo: un análisis empírico. *Revista Europea de Dirección y Economía de la empresa*, 17(3), 27-42.
- Méndez, M. T. (2005). Ética y responsabilidad social corporativa. Información Comercial Española. *ICE: Revista de Economía*, 823, 141-150.
- Moneva, J. M. (2005). Información sobre responsabilidad social corporativa: Situación y tendencias. *RAE: Revista Asturiana de Economía*, 34, 43-67.
- Moreno, J. Á. (2004). Responsabilidad social corporativa y competitividad: una visión desde la empresa. *Revista valenciana de Economía y Hacienda*, 3(12), 9-50.
- Morrós, J. y Vidal, I. (2005). *Responsabilidad social corporativa (RSC)*. Madrid: Fundación Confemetal.
- Nieto, M. y Fernández, R. (2004). Responsabilidad social corporativa: la última innovación en management. *Universia Business Review*, 1, 28-39.
- Parra, P. N., Rascón, D., Espinoza, F. y Caballero, R. d. (2005). Responsabilidad Social Empresarial como ventaja competitiva. *Revista Investigación Académica Sin Frontera*, 15(9), 1-14.
- Pérez, A. (2013). *Análisis de las políticas de gestión de la responsabilidad social corporativa en el sector bancario español*. Santander: Universidad de Cantabria.
- Pérez, A. y Rodríguez del Bosque, I. A. (2012). La imagen de Responsabilidad Social Corporativa en un contexto de crisis económica: El caso del sector financiero en España. *Universia Business Review*, 33, 14-29.
- Quintás, J. R. (2006). Las cajas de ahorros en el ámbito de la responsabilidad social corporativa. *Documentos de Trabajo (Fundación Carolina)*, 7, 61-83.
- Ritchie, J. y Lewis, J. (2003). *Designing and selecting samples. Qualitative research practice: A guide for social science students and researchers, 5th edition*. London: Sage publications.
- Ruiz, I. M. (2010). La Responsabilidad Social en España. Análisis de la RSC en las principales entidades financieras. *La Responsabilidad Social Empresarial en los sectores financiero, turístico y deportivo*. 1-19. 3,4,5 de febrero Málaga: II Congreso Internacional AE-IC"Comunicación y desarrollo en la era digital".
- Ruiz, M. (2011). Un apunte crítico sobre la Responsabilidad Social Corporativa (RSC/RSE). *Revista electrónica del Departamento de Derecho de la Universidad de La Rioja, REDUR*, 9, 27-65.

- Sarmiento, S. (2010). Gestión estratégica: clave para la responsabilidad social de las empresas. *Dimensión empresarial*, 8(2), 24-37.
- Sarro, M. d., Cuesta, P. y Penelas, A. (2007). La responsabilidad social corporativa (RSC): una orientación emergente en la gestión de las entidades bancarias españolas. En J. C. (coord.), *Conocimiento, innovación y emprendedores : camino al futuro*.135. La Rioja: Universidad de La Rioja.
- Server, R. J. y Capó, J. (2009). La Responsabilidad Social Empresarial en un contexto de crisis. Repercusión en las Sociedades Cooperativas. *CIRIEC-España, revista de Economía Pública, Social y Cooperativa*, 65, 7-31.
- Server, R. J. y Villalonga, I. (2005). La Responsabilidad Social Corporativa (RSC) y su gestión integrada. *CIRIEC-España. Revista de Economía Pública, Social y Cooperativa*, 53, 137-162.
- Solís, J. L. (2008). Responsabilidad social empresarial: un enfoque alternativo. *Análisis económico*, 23(53), 227-252.
- Vargas, A. y Vaca, R. M. (2005). Responsabilidad social Corporativa y cooperativismo: Vínculos y potencialidades. *CIRIEC-España. Revista de Economía Pública, Social y Cooperativa*, 53, 241-260.
- Villafañe, J. (2009). Reputación corporativa y RSC: bases empíricas para un análisis. *Telos: Cuadernos de comunicación e innovación*, 79, 75-82.

#### **Fuentes electrónicas consultadas:**

- Bordas, J. A. y Trías, M. (2012). *Análisis sobre la Situación actual de las empresas españolas no cotizadas no cotizadas en relación con el buen gobierno. Conclusiones*. Deloitte. Obtenido de Deloitte. Recuperado el 12 de marzo, de: [http://www2.deloitte.com/content/dam/Deloitte/es/Documents/governance-risk-compliance/Deloitte\\_ES\\_GRC\\_Gobierno-Corporativo-Estudio-Deloitte-ESADE-Gobierno-Corporativo.pdf](http://www2.deloitte.com/content/dam/Deloitte/es/Documents/governance-risk-compliance/Deloitte_ES_GRC_Gobierno-Corporativo-Estudio-Deloitte-ESADE-Gobierno-Corporativo.pdf)
- Forética. (2015). *Informe Forética 2015 sobre el estado de la RSE en España*. Obtenido de Forética. Recuperado el 12 de marzo de: [http://foretica.org/informe\\_foretica\\_2015.pdf](http://foretica.org/informe_foretica_2015.pdf)
- Fundación Caixa (2014). *Informe anual Obra Social "la Caixa"*. Obtenido de "la Caixa". Recuperado el 15 de abril de 2015, de: [www.laCaixa.es/ObraSocial](http://www.laCaixa.es/ObraSocial)
- Global Reporting Initiative (2008). *Guía para la elaboración de Memorias de Sostenibilidad y Suplemento Sectorial para Servicios Financieros*. Obtenido de Sustainability Reporting Guidelines. Recuperado el 12 de marzo de 2015, de: <https://www.globalreporting.org/resourcelibrary/G3-Spanish-Financial-Services-Sector-Supplement.pdf>.
- Grupo Bankia (2014). *Informe BFA*. Obtenido de Bankia. Recuperado el 10 de abril de 2015, de: <http://www.bankia.com/es/accionistas-e-inversores/informacion-economica-financiera/informes-anales-bfa-bankia/>
- Grupo BBVA (2014). *Informe de banca responsable*. Obtenido de BBVA. Recuperado el 10 de abril de 2015, de: <http://bancaresponsable.com/ibr/informe-de-banca-responsable-2014/impacto-en-la-sociedad/inversion-en-programas-sociales/>
- Grupo Santander (2014). *Informe de sostenibilidad*. Obtenido de Santander. Recuperado el 27 de marzo de 2015, de: [www.santanderannualreport.com/2014/es/](http://www.santanderannualreport.com/2014/es/)
- MERCO (2015). *Ranking Mercoempresas, Ranking Mercoempresas sector bancario, Ranking Mercoresponsabilidad*. Obtenido de Monitor Empresarial de Reputación Corporativa. Recuperado el 1 de julio de 2015, de: <http://merco.info/es/ranking>

Observatorio de Responsabilidad Social Corporativa (2014). *Introducción a la Responsabilidad Social Corporativa*. Obtenido de Observatorio de Responsabilidad Social Corporativa. Recuperado el 11 de marzo de: <http://observatoriorsc.org/introduccion-la-responsabilidad-social-corporativa/>

## ANEXOS

### **Tabla 3.1. Iniciativas de atención a la infancia desarrolladas por Caixa en Canarias**

*CaixaProinfancia*, para paliar las situaciones de pobreza infantil, a través de ayudas económicas y de la prestación de servicios que favorecen la inclusión social de menores y les proporcionan oportunidades para construir un futuro mejor.

*CiberCaixa* “quedamos al salir de clase”, espacios que permiten prestar ayuda y apoyo para la socialización de los niños, sobre todo en las familias más frágiles.

*Programa de Desayunos Escolares*: para alumnos de educación infantil y primaria cuyas familias no excedan el Indicador Público de Renta de Efectos Múltiples (IPREM).

*CiberCaixa Hospitalarias*, espacios lúdico-educativos de la Obra Social ubicados los hospitales infantiles. Una variante del programa CiberCaixa hospitalaria, es el *KitCaixa Ingenium*, para los niños que no se puedan trasladar a los espacios lúdicos, dispongan en la habitación de diversas actividades.

**Fuente:** Elaboración propia a partir de la información primaria de la entidad

### **Tabla 3.2. Iniciativas con las personas mayores y la dependencia desarrolladas por Caixa en Canarias**

*Gente 3.0*, es el programa CiberCaixa instalado en centros de mayores y centros penitenciarios para impulsar en este sector el acceso a las nuevas tecnologías.

*Atención integral a personas con enfermedades avanzadas y sus familiares*, para complementar la atención sanitaria mejorando la calidad de vida de estas personas y las de sus familiares.

*Programa de Prevención de la Dependencia y Soporte al Cuidador Familiar*, mediante talleres de mantenimiento y de estimulación física, cognitiva y sensorial en los centros de mayores.

**Fuente:** Elaboración propia a partir de la información primaria de la entidad

### **Tabla 3.3. Iniciativas en empleo desarrolladas por Caixa en Canarias**

*Incorpora*, fomenta la contratación de personas con dificultades para acceder al mundo laboral.

*Reincorpora*, itinerarios que contribuyan a la mejora de las competencias profesionales y faciliten el desarrollo de valores y la integración laboral en la empresa para la inserción laboral de reclusos

*Becas para internos en centros penitenciarios*, para formar a internos en centros penitenciarios, para aumentar los conocimientos y habilidades que le permitieran la reinserción social una vez finalizado el tiempo de condena.

**Fuente:** Elaboración propia a partir de la información primaria de la entidad

### **Tabla 3.4. Iniciativas en vivienda y otros programas sociales desarrolladas por Caixa en Canarias**

*Hablemos de drogas*, para dar a conocer de forma interactiva a los jóvenes los efectos de las drogas y prevenir esta conducta.

*Ayudas a proyectos de iniciativas sociales*

*Presupuesto descentralizado para colaborar con entidades locales*

*Interculturalidad y Cohesión Social*, para facilitar la integración social en la ciudadanía a aquellas personas recién llegadas de otra cultura.

*Fomento del voluntariado*, incentivando la colaboración de los empleados de la entidad así como de sus familiares y amigos en campaña de recogida de juguetes, libros, comida,...

*Cooperación internacional*, para el apoyo de proyectos que contribuyan a erradicar la pobreza extrema en países vulnerables.

*Violencia*: tolerancia cero, exposición que tiene como objetivo apoyar a las víctimas de violencia de género y promover la prevención de conductas violentas.

*Vivienda social*, para facilitar una vivienda a personas que han visto reducidos sus ingresos. El grupo subvenciona más de la mitad del alquiler.

**Fuente:** Elaboración propia a partir de la información primaria de la entidad

### Tabla 3.5. Iniciativas en programas educativos desarrolladas por Caixa en Canarias

EduCaixa, portal para promover la formación educativa que engloba toda la oferta pedagógica de la obra social del grupo, con actividades para reforzar los valores del compromiso social y el trabajo en equipo.

Programa de becas, para ampliar la formación de los estudiantes realizando estudios de posgrado.

Becas Excelencia Severo Ochoa, para conceder becas en los centros de excelencia Severo Ochoa entre los que se encuentra el Instituto de Astrofísica de Canarias (IAC)

Becas Universidad de La Laguna, para favorecer el acceso a los estudios de la Universidad de La Laguna, ya sea para la ampliación y perfeccionamiento de los estudios o para fomentar el emprendimiento en el ámbito universitario.

Cátedra “la Caixa” de Estudios Financieros y Bancarios de la Universidad de Las Palmas de Gran Canaria, fomentar la realización de estudios, así como la realización de Jornadas que permitan el debate y la difusión de los problemas económicos y financieros que afectan a empresas y entidades financieras.

Campus Atlántico Tricontinental, para impulsar políticas efectivas de crecimiento económico y reactivación de la economía. Tiene un convenio con la Universidad de Las Palmas de Gran Canaria y se han agregado diversas instituciones y actores promotores.

Fuente: Elaboración propia a partir de la información primaria de la entidad

### Tabla 3.6. Iniciativas en programas culturales desarrolladas por Caixa en Canarias

Exposiciones itinerantes, la entidad instala sus obras en espacios públicos en colaboración con ayuntamientos e instituciones para acercar a los ciudadanos el arte, a través de su programa “arte en la calle”. Con exposiciones dedicadas a culturas del pasado, la fotografía, el arte antiguo, moderno y contemporáneo; también se incluyen temas para sensibilizar a las personas y hacerlas reflexionar con temas que preocupan hoy en día a la sociedad.

Música, el grupo lleva acabo conciertos participativos, conciertos escolares, conciertos de música antigua y una actividad denominada Diversions para trasladar una propuesta cultural a diversos municipios de las islas canarias. Todo ello lo realiza en los escenarios más importantes que dispone Canarias, como son el Auditorio Alfredo Kraus de Las Palmas y el Auditorio Adán Martín entre otros.

Restauración Archivo Histórico Diocesano de La Laguna: La Obra Social “la Caixa” colabora con el Archivo Histórico Diocesano de San Cristóbal de La Laguna, para la preservación, organización y catalogación de todas sus partituras, formadas por motetes, misas, responsorios e himnos, entre otras piezas.

Fuente: Elaboración propia a partir de la información primaria de la entidad

### Tabla 3.7. Iniciativas en ciencia y medio ambiente desarrolladas por Caixa en Canarias

Conservación de Espacios Naturales y Reinserción Social, para la protección integral y el mantenimiento de los espacios naturales de las islas canarias, así como de la prevención de incendios, mejoras...con este programa se promueve la inserción laboral de personas en riesgo de exclusión, ya que prioriza la contratación de este colectivo.

Climadat, para la creación de una red de estaciones de observación e investigación del clima en sistemas naturales críticos o sensibles, destacando el parque rural de Frontera (El Hierro).

“La Caixa a favor del mar”, para el desarrollo de proyectos de investigación y rescate de especies amenazadas de los ecosistemas marinos.

Puesto de Mando Avanzado (PMA), La obra social “la Caixa” ha invertido más de un millón de euros en este vehículo, que está dotado con la tecnología necesaria para la gestión en situaciones de emergencia.

Investigación, El grupo colabora con los mejores centros de investigación para lograr nuevos avances. Financia proyectos de generación de conocimiento en los campos de las ciencias de la vida y de la salud y también de las ciencias humanas y sociales.

Proyecto Ciudad Ciencia, para que los habitantes de localidades alejadas de los grandes núcleos urbanos conozcan de primera mano la actualidad científica y tecnológica. Poniendo a disposición de los adheridos al programa de divulgación científica en múltiples formatos que se incorporan a la programación cultural de cada municipio, así como talleres on-line de participación ciudadana.

Fuente: Elaboración propia a partir de la información primaria de la entidad