

LA RESPONSABILIDAD SOCIAL CORPORATIVA (RSC), UNA ORIENTACIÓN EMERGENTE EN LA GESTIÓN DE LAS ENTIDADES BANCARIAS ESPAÑOLAS.

María del Mar Sarro Álvarez, Universidad de Alcalá de Henares

Pedro Cuesta Valiño, Universidad de Alcalá de Henares

Azucena Penelas Leguía, Universidad de Alcalá de Henares

RESUMEN

El objetivo fundamental de este trabajo es ofrecer una visión general de las actuaciones de las entidades bancarias españolas en el marco de la Responsabilidad Social Corporativa (RSC), además de analizar las dimensiones de la misma en el ámbito bancario y después de precisar su concepto. Con el estudio realizado se pretende ampliar el marco teórico de este tema de interés creciente a la vez que puede resultar interesante para las instituciones bancarias, ayudándolas a rediseñar sus políticas sociales, su organización interna, sus objetivos y programas así como sus sistemas de control, al mismo tiempo que conocer qué están haciendo las demás entidades en este contexto.

PALABRAS CLAVE: Responsabilidad social corporativa (RSC), sector bancario, inversiones socialmente responsables (ISR),

microfinanzas.

ABSTRACT

The main goal of this paper is to present a general approach to the activities undertaken by the Spanish banking sector within a Corporate Social Responsibility (CSR) framework as well as to analyse the financial dimensions once its main concept has been previously stated. The idea is to establish a theoretical framework of this increasingly important subject/topic which can be of great interest to these banks helping them to review their social policies, internal organization, control systems, objectives and programs, as well as to be aware of steps taken by major actors (competitors) in this field.

KEY WORDS: Corporate Social Responsibility (CSR), banking sector, socially responsible investment (SRI), microfinance.

1. INTRODUCCIÓN

El tema de la Responsabilidad Social Corporativa (RSC) es una cuestión de la que se viene hablando y estudiando desde hace décadas, si bien la importancia que está adquiriendo la misma tanto en las empresas como a nivel académico y hasta político es creciente y desde luego de candente actualidad. Y ello porque en sus orígenes y durante largo tiempo, la empresa ha sido vista como una institución cuyo objetivo era maximizar el valor para los accionistas. Milton Friedman, en el año 1970, lo indicó con claridad en un artículo publicado en *The New York Times*, la única responsabilidad de la empresa era la económica –maximizar su valor en el mercado- y la legal, el cumplimiento estricto de las normas. Pero esta visión ha ido evolucionando hacia la consideración de que la empresa debe

implicarse y comprometerse con la sociedad y no únicamente con los accionistas. Cada vez más voces de académicos, empresarios, trabajadores y políticos plantean la oportunidad de la implicación de las empresas en la sociedad, viéndola como un objetivo esencial para las empresas.

Y si la responsabilidad social corporativa es un tema importante en el ámbito de cualquier empresa, en el negocio bancario lo es particularmente, ya que dada la función básica de prestamistas e inversoras de las entidades bancarias, ésta repercute de forma directa en la sociedad, trascendiendo esa responsabilidad social de su ámbito interno. Los intermediarios financieros, y en especial las entidades de depósito, juegan un papel activo en el desarrollo económico y social de los países al tener la capacidad de seleccionar proyectos de inversión y consumo, gestionar riesgos y decidir quién accede al capital y qué actividades se financian. Su responsabilidad social en la lucha contra la pobreza, las desigualdades sociales y el desarrollo sostenible es importante. Su función económica no se limita sólo a intermediar flujos gestionando adecuadamente riesgos financieros, sino que va más allá tratando de evaluar y gestionar otro tipo de riesgos éticos, sociales y medioambientales, y ofrecer productos y servicios que contribuyan a un desarrollo más humano del planeta, respondiendo así al reclamo de unas personas cada vez más preocupadas por el destino de su ahorro y de unos accionistas más interesados por los impactos económicos de determinados comportamientos poco sostenibles (Cuesta, 2006: 173).

Nosotros pensamos que, cada vez en mayor medida, las entidades bancarias empiezan a ser conscientes y a percibir que las prácticas de responsabilidad social son una inversión con un impacto positivo sobre su desempeño, su reputación e imagen y, en definitiva, su sostenibilidad y creación de valor a largo plazo.

La realidad pone en evidencia que, en el ámbito internacional, los principales grupos financieros están dando cada vez un mayor protagonismo a las políticas de responsabilidad social y medioambiental y que éstas son también cada vez más apreciadas por empleados, clientes, inversores y la sociedad en general. Y detrás de estas políticas parece que existe un cierto espíritu, una idea general de que las actuaciones socialmente responsables de las entidades financieras no sólo son buenas en sí mismas, sino que se trata de una inversión estratégica que beneficia a las instituciones, y es que una adecuada política social y medioambiental no sólo tiene efectos positivos en las sociedades en las que están presentes las entidades, sino también en su imagen y en su evolución económica, por su efecto en tres colectivos fundamentales: empleados, clientes e inversores, además de en la sociedad global. Y también en el contexto nacional cada vez más entidades están poniendo en marcha este tipo de programas de actuación en el marco de la RSC.

En este contexto, se plantea este trabajo cuyo objetivo fundamental es ofrecer una visión general de las actuaciones más relevantes de las entidades bancarias españolas en el marco de la Responsabilidad Social Corporativa, además de analizar las dimensiones de la misma en el ámbito bancario y después de precisar su concepto.

Con el estudio realizado se pretende ampliar el marco teórico de este tema de interés creciente a la vez que pensamos que puede resultar interesante para las entidades bancarias porque puede ayudar a las mismas a rediseñar sus políticas sociales, su organización interna, sus objetivos y programas así como sus sistemas de control, al mismo tiempo que conocer qué están haciendo las demás entidades en este contexto.

2. LA RESPONSABILIDAD SOCIAL CORPORATIVA (RSC): ACOTACIONES A SU CONCEPTO

La Responsabilidad Social Corporativa (RSC) surge de una línea de pensamiento y acción que advierte un conflicto entre el objetivo de hacer máximo el valor económico de los recursos propiedad de la empresa, y las acciones puestas en marcha con tal fin, y el objetivo general de hacer máximo el bienestar de la sociedad actuando con respeto a los principios éticos y morales de la dignidad humana (Salas, 2005: 4).

Pero, hay que tener en cuenta que la RSC no tiene un único significado. Se ha dicho, con razón, que el indiscutible éxito de la idea de Responsabilidad Social de la empresa ha corrido parejo con la falta de unidad del propio concepto. Es una “idea fuerza”, en el sentido tópico de la expresión, pero carente aún de la precisión que parece exigible para orientar su utilización en un sentido unívoco (*Papeles de Economía Española*, 2006: VI). Por ello, cualquier referencia a la RSC requiere dejar claro de antemano cuál es la definición que realmente se tiene en mente. Resulta necesario acotar el concepto de Responsabilidad Social Corporativa. Y, en este sentido, conviene aclarar una primera confusión identificadora entre todo lo que atañe a la filantropía y el mecenazgo y la RSE.

Muchas empresas han venido destinando tradicionalmente parte de sus beneficios a actividades de carácter social. La filantropía en el ámbito empresarial no es algo nuevo. Ahora bien, las acciones filantrópicas llevadas a cabo por las empresas han tenido un enfoque de donativo esporádico, desarrollado de manera institucional y en muchos casos concebido como un gasto al servicio de las relaciones públicas. La RSC bien entendida va mucho más allá de la mera filantropía (Martén, 2005: 24). La actividad de la empresa en este marco se transforma en una labor permanente que se concibe como una inversión ligada a un programa de acción estructurado. La imbricación de la empresa en la sociedad pasa de una tarea *esporádica* a una de carácter *permanente*, y de ser una tarea meramente *institucional* a otra mucho más *participativa* con capacidad de satisfacer las inquietudes sociales de las personas que trabajan en el seno de la compañía y de lograr una reputación reconocida por el resto de la sociedad. Queda claro, pues, que la RSC no es la mismo que la filantropía.

En sentido genérico, la Responsabilidad Social Corporativa es la respuesta de las empresas a compromisos adquiridos con la sociedad en su adecuación a valores sociales ampliamente compartidos. La RSC implica una involucración profunda de la empresa en la sociedad en la que se encuentra ubicada, que va más allá de la responsabilidad que la organización adquiere con sus accionistas y propietarios a través del desarrollo de acciones que contribuyan a satisfacer las necesidades de sus empleados, clientes, proveedores y del entorno social y económico donde lleva a cabo sus actividades. Estas acciones deben permitir crear un contexto en el que todas las partes involucradas salen beneficiadas, tanto la sociedad en su conjunto como la propia empresa. Si no existe un beneficio mutuo para la empresa y para la sociedad al mismo tiempo difícilmente esas actuaciones tendrán sostenibilidad a largo plazo.

La RSC supone que las empresas incorporan voluntariamente criterios sociales y medioambientales en las actividades económicas y en las relaciones con sus grupos de interés (European Commission, 2004: 3). La Responsabilidad Social Corporativa convierte la relación bilateral entre accionistas y directivos –enfoque *shareholders*- en otra multilateral en la que participan todos los grupos de interés: accionistas, directivos, empleados, clientes, proveedores, administraciones públicas, inversores, comunidad local y la sociedad en general –enfoque *stakeholders*- (Cuervo, 2005: 16). La RSC trata de incorporar comportamientos empresariales comprometidos con la ética, la acción social o la filantropía, el medio ambiente, la transparencia y la rendición de cuentas. Es decir, el concepto de responsabilidad social corporativa (RSC) está directamente vinculado a la gestión de los impactos

económicos, ambientales y sociales de las operaciones de las empresas, de forma que aseguren la rentabilidad no sólo para sus accionistas sino también para las restantes partes interesadas a las que su actividad afecta.

En esta misma línea de considerar a los *stakeholders* (grupos interesados) como alternativa al enfoque *shareholders* (accionistas) hay que situar la acción del marketing. Y es que frente a los que defienden la idea de que la RSC no es una estrategia de marketing, por nuestra parte se sostiene que la orientación de RSC hay que situarla dentro de las acciones de marketing de la entidad. La propia definición de Marketing, la última adoptada por la AMA, *American Marketing Association*, en el año 2004 reconoce explícitamente que las acciones de marketing deben perseguir el beneficio de la organización y sus *stakeholders*.

En este contexto, debe tomarse en consideración el hecho de que la RSE es un medio para influir en los cambios en las preferencias de los consumidores. Debe señalarse igualmente que los consumidores empiezan a incorporar consideraciones sociales, medioambientales o de tipo ético en los procesos de selección de productos y marcas. Algunos trabajos han constatado una influencia positiva, aunque aún no puedan considerarse relevantes los resultados obtenidos (Bigné *et al.*, 2005). Esta reordenación de las preferencias de los consumidores, sin duda, puede suponer un incentivo para la adopción de la responsabilidad social por parte de las empresas. Igualmente, se considera que las prácticas de RSC mejoran el clima laboral, reducen el absentismo y los costes derivados de conflictos potenciales. Las empresas con altos niveles de RSC aparecen como más atractivas para los eventuales empleados y, por ello, tienen una capacidad superior para atraer y conservar los recursos humanos más competentes, incrementando su confianza y lealtad.

Parece que la RSC se está convirtiendo cada vez en mayor medida en una variable que las empresas pueden utilizar para alterar el contexto competitivo, manteniendo o ampliando su ventaja competitiva, consecuencia de que la RSC se ve como una forma de incentivar cambios en las preferencias de los consumidores, introducir nuevas variables de diferenciación, a la vez que mejorar el clima laboral, la confianza y el apoyo a la empresa.

En definitiva, podría decirse que en la mayor parte de las, en apariencia, diferentes interpretaciones de lo que representa la Responsabilidad Social Corporativa subyacen tres aspectos relevantes (European Commission, 2004; Ministerio de Trabajo y Asuntos Sociales, 2005):

- En primer lugar, cuando las empresas adoptan criterios de RSC son conscientes de que sus acciones afectan de forma distinta a cada uno de sus grupos de interés y actúan en consecuencia. Esto supone modificar la fórmula clásica de gobierno de la empresa centrada en la relación bilateral entre accionistas y directivos en otra multilateral en la que participan todos los grupos de interés.
- En segundo lugar, al adoptar criterios de RSC las empresas incorporan las preocupaciones sociales y medioambientales de los grupos de interés en el diseño de la estrategia, la organización interna y las operaciones. Esto implica modificar el proceso de toma de decisiones al añadir a los criterios de eficiencia económica la consideración del impacto ambiental y social de las actividades de la empresa.
- Por último, cuando las empresas informan que adoptan criterios de RSC están comunicando a los grupos de interés que voluntariamente han decidido ajustar su comportamiento no sólo a lo establecido por los preceptos legales y los principios económicos, sino también a las normas, valores y expectativas sociales que predominan en su entorno. Esto significa que la RSC es de aplicación voluntaria.

3. DIMENSIONES DE LA RSC EN EL ÁMBITO BANCARIO

De una manera general, puede decirse que la Responsabilidad Social Corporativa RSC tiene cinco dimensiones claramente diferenciadas:

1. *Financiera*. La maximización de la rentabilidad de la empresa a lo largo del tiempo, que se traduce en un incremento del valor para los accionistas, generando así riqueza y favoreciendo la creación de empleo en la sociedad.
2. *Corporativa*. La formalización de políticas de buen gobierno corporativo y la transparencia informativa de la actividad de la empresa en todos sus ámbitos, que, sin duda, coartan posibles prácticas de corrupción en el seno de la compañía.
3. *Recursos humanos*. Una buena actuación en el campo de los recursos humanos, cuidando el capital humano de la compañía y buscando diversidad en la formación de su personal, lo que permitirá estimular el compromiso de los empleados con la empresa, y por tanto la productividad y el interés de éstos en el desempeño de sus tareas, aportando así un valor añadido a la empresa.
4. *Medio ambiente*. Necesidad social de respeto al medio ambiente en el que actúa la empresa garantizando un uso sostenible de los recursos naturales de que dispone la sociedad.
5. *Social*. Las inversiones destinadas a proyectos de acción social buscan revertir a la sociedad parte de los beneficios que la empresa consigue cuando las personas utilizan sus productos o servicios.

En el sector bancario, concretamente, la revisión de la literatura sobre el tema, todavía relativamente escasa, pone de manifiesto que la integración del concepto de la responsabilidad social en el mismo ha tomado dos direcciones prioritarias (Cuesta, 2004: 79):

1. La búsqueda de la responsabilidad ambiental y social en la gestión interna de la entidad, poniendo en marcha iniciativas ambientales, tales como programas o mejoras de reciclaje en rendimiento energético, e iniciativas socialmente responsables, tales como el patrocinio de actividades culturales, educativas y asistenciales, donaciones caritativas, mejora de los recursos humanos, etc. Muchas de las actuaciones de la Obra Social y Cultural de las cajas de ahorros cabría enmarcarlas en esta dirección. Del mismo modo, el acuerdo firmado, en el mes de abril de 2005, entre el Banco Santander Central Hispano BSCH y todos los sindicatos presentes en la entidad para conciliar vida familiar y laboral también podría encuadrarse en esta línea de actuaciones. Igualmente, habría que considerar dentro de esta dirección el uso de papel reciclado, el desarrollo de sistemas de ahorro energético, etc. presentes en muchas entidades bancarias.
2. La integración de la RSC en el propio negocio fundamental de intermediación bancaria y de inversión en los mercados financieros, 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 asunción de riesgos. En esta línea se encuentran tanto productos de ahorro como los fondos de inversión socialmente responsables o los depósitos éticos, así como los productos de crédito o inversión que tienen en cuenta el impacto social y medioambiental de la actividad a financiar canalizando más ahorro hacia proyectos responsables y tecnologías innovadoras. Así, a modo de ejemplo, en esta dirección habría que encuadrar la evaluación que llevan a cabo entidades como el Banco Santander, el BBVA o La Caixa, entre otras, sobre el posible impacto medioambiental de la actividad de las empresas que les solicitan financiación así como de los proyectos en los que van a invertir.

Teniendo en cuenta estas dos direcciones, para poder evaluar si una entidad bancaria –ya sea banco, caja de ahorros o cooperativa de crédito- es socialmente responsable, será necesario determinar y definir una serie de indicadores que permitan comparar la gestión interna y el impacto de la actividad de las distintas entidades con ciertos estándares, o entre sí, o con la media del sector, etc., de tal modo que los datos obtenidos a través de estos indicadores puedan servir para valorar las actuaciones de cada entidad en el contexto de la RSC, pero además puedan servir a las propias organizaciones para rediseñar sus políticas y estrategias en este ámbito, así como para informar a los diferentes grupos de interés.

Lógicamente en estos indicadores que se definan se deben incluir todas las vertientes de este concepto integrador de la RSC: la dimensión social, que debe incluir no sólo las actividades filantrópicas de la entidad sino también la calidad de las condiciones laborales y la integración de las preocupaciones sociales y de respeto de los derechos humanos en toda la cadena de valor de la institución y, por supuesto, en toda su oferta de productos y servicios; la dimensión económica y medioambiental de las actuaciones de la entidad sobre sus grupos de interés en su actividad local, tratando de medir cómo como puede verse afectado el estatus de estos grupos como consecuencia de las actividades de la entidad.

Para ello, puede tomarse como base la adaptación sectorial para el sector financiero desarrollada conjuntamente por diez instituciones financieras, la *Global Reporting Initiative* (GRI) y la consultora E2 Management Consulting. En el año 1997 fue desarrollada la GRI como una iniciativa conjunta de CERES, la coalición de organizaciones no gubernamentales de los Estados Unidos para economías medioambientales responsables y el programa medioambiental de las Naciones Unidas, con el objetivo de promover la calidad, el rigor y la utilidad de los informes o memorias de sostenibilidad.

El suplemento sectorial para el sector financiero fue elaborado, como se ha indicado, por la GRI en colaboración con un grupo de bancos y compañías aseguradoras de Alemania, Australia, Países Bajos, Reino Unido, Sudáfrica y Suiza, en el año 2000 y fue revisado con posterioridad en 2002. El mismo establece las directrices para la elaboración de los informes de sostenibilidad, estableciendo indicadores tanto de gestión –políticas y actividades- como operacionales –resultados de políticas y actividades- y se estructuran en función de las principales áreas de negocio de una entidad bancaria con vocación de *banca universal*, es decir, *banca comercial* o *al por menor* –banca de economías domésticas y pymes-; *banca corporativa* y de inversión –banca de grandes instituciones y corporaciones-, y *gestión de activos* –gestión de fondos de inversión, de fondos de pensiones, etc.-.

Así, y a modo de ejemplo, en el área de *banca al por menor*, uno de los indicadores trata de medir la lucha contra la exclusión financiera de algunos grupos valorando aspectos como la cobertura del servicio financiero mediante oficinas y cajeros automáticos en áreas rurales, etc. Igualmente, según la propuesta del GRI deberá obtenerse información sobre el tamaño de las empresas o las economías domésticas que obtienen financiación de las distintas entidades, es decir, deberá definirse un indicador cuantitativo que informe sobre el reparto del crédito por destinatario. También deberá definirse un indicador que mida el apoyo financiero a proyectos con fuerte impacto social, como puedan ser proyectos educativos, culturales, etc., o promovidos por inmigrantes, mujeres y discapacitados, o para la adquisición de vivienda u otros elementos básicos por jóvenes, etc. En el área de *gestión de activos*, deberá definirse un indicador cuantitativo que informe sobre la oferta de productos y servicios de inversión que aplican criterios éticos y de sostenibilidad, como fondos de inversión éticos, ecológicos o socialmente responsables, por ejemplo.

En la tabla número 1 se refleja el listado de indicadores propuestos por la GRI de una manera específica en su adaptación sectorial para el ámbito de los Servicios Financieros.

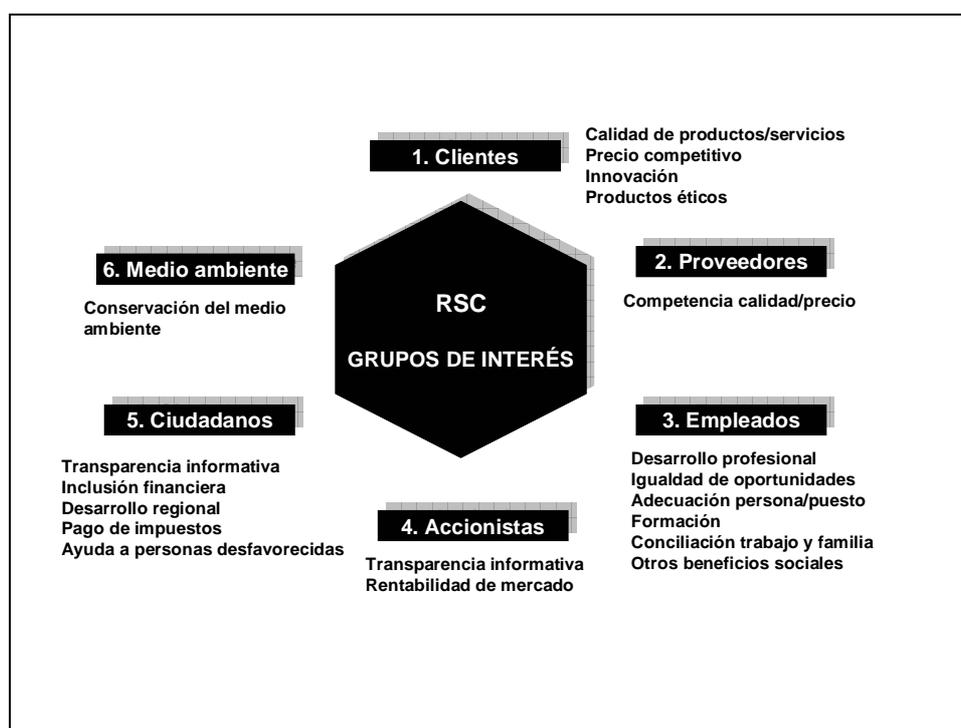
TABLA NÚMERO 1
Listado de Indicadores GRI

Indicadores de Rendimiento Social del Suplemento Específico para el Sector de Servicios Financieros

Sistemas de Gestión
— CSR1 - Política de Responsabilidad Social (indicador cualitativo)
— CSR2 - Organización de la Responsabilidad Social Corporativa (indicador cualitativo)
— CSR3 - Auditorías RSC (indicador cuantitativo)
— CSR4 - Gestión de cuestiones sensibles. Prevención del blanqueo de capitales
— CSR5 – Incumplimiento de Normativas. No conformidades
— CSR6 - Diálogo con <i>stakeholders</i>
Desempeño social interno
— INT1 - Política de RSC en el seno de la organización
— INT2 - Rotación de empleados y creación de empleo
— INT3 - Satisfacción del empleado
— INT4 - Renumaración de Alta Dirección y Consejo de Administración
— INT5 - Retribución variable (Bonus) vinculada a la sostenibilidad
— INT6 - Ratio salarial (hombres/mujeres)
— INT7 - Perfil de empleados (género, discapacidad, etc.)
Sociedad
— SOC1 - Contribuciones a causas sociales, inversiones en la comunidad. Contribuciones filantrópicas, caridad y mecenazgo.
— SOC2 - Valor económico añadido (EVA)
Proveedores
— SUP1 - Seguimiento de los principales proveedores (productos, exclusión social, etc.)
— SUP2 - Satisfacción de los proveedores
Banca al por menor
— RB1 - Aspectos sociales de la Política de Banca Minorista
— RB2 - Perfil de la política de financiación
— RB3 - Criterios sociales o de sostenibilidad en la política de financiación (productos con matices sociales, etc.)
Banca de inversión
— IB1 - Aspectos sociales y medioambientales de la Política de Banca de Inversiones
— IB2 - Perfil global de los clientes de Banca de Inversión
— IB3 - Transacciones con alto contenido sociomedioambiental
Gestión de Activos
— AM1 - Aspectos sociales de la Política de Gestión de Activos
— AM2 - Activos bajo gestión con matices de sostenibilidad
— AM3 – Fomento de la inversión socialmente responsable
Seguros
— INS1 - Aspectos sociales de la Política de Gestión de Seguros
— INS2 - Perfil de los clientes
— INS3 - Marketing responsable y reclamaciones de clientes
— INS4 - Seguros con matices de sostenibilidad

Otra cuestión relevante se refiere a los grupos de interés en el ámbito bancario. En el gráfico número 1 se reflejan los mismos, significándose que, lógicamente, estos grupos no son excluyentes ya que una misma persona podría ser simultáneamente empleado, accionista, cliente, ciudadano, etc.

GRÁFICO NÚMERO 1
Grupos de interés en el sector bancario



Hay que tener en cuenta también que en el ámbito de las entidades financieras, clientes y proveedores coinciden en buena medida, ya que los proveedores de su *input* fundamental, el dinero, tienen la obvia condición de clientes de sus servicios financieros.

Por otro lado, y en lo que concierne al medio ambiente, a simple vista, puede parecer que la industria financiera no está sometida a grandes riesgos sociales o medio ambientales, dado que se trata de empresas de servicios, "limpias" y que distribuyen dinero (Cuesta, 2006:175). Ahora bien, si nos paramos a pensar en la discrecionalidad de los intermediarios financieros a la hora de dirigir ese dinero y seleccionar inversiones, nos daremos cuenta que las entidades financieras no se limitan a distribuir recursos de unos agentes a otros, sino que en esa transferencia de fondos asumen riesgos financieros, pero también no financieros –éticos, sociales y medioambientales- y toman decisiones sobre el destino más o menos sostenible del dinero. Así, cuando, por ejemplo, un banco decide financiar un gran proyecto de infraestructuras está haciendo partícipe de ese proyecto y de sus consecuencias e impactos a los accionistas y acreedores que han depositado su confianza y dinero en él. De ahí que, al menos, tenga la obligación moral y económica de informarles de ello. Del mismo, si decide financiar una explotación petrolífera en un país con régimen dictatorial y alto nivel de corrupción, está siendo partícipe de las consecuencias sociales que esa decisión pueda tener sobre la calidad de vida de la población local.

4. ACTUACIONES DE LAS ENTIDADES BANCARIAS ESPAÑOLAS EN EL MARCO DE LA RSC

Se dispone de abundante información sobre el desarrollo de la RSC en España. Empresas consultoras y organizaciones interesadas en la difusión de la RSC publican regularmente informes sobre su grado de implantación. En unos se evalúa el tipo de RSC que practican las empresas españolas analizando la información que presentan en sus memorias anuales o páginas *web*. Con diferentes criterios se analizan sus contenidos y el grado de cumplimiento de los estándares más difundidos como el GRI comentado en apartados anteriores, el AA1000, el Código Aldama, etc. (Actualidad Económica, 2004; FED, 2005; FES, 2005; KPMG, 2005; ORSC, 2005). Otros informes valoran la situación de la RSC en España a partir de información recogida mediante encuestas de opinión realizadas a directivos (PWC, 2003; Deloitte, 2004; Forética, 2004) o consumidores (Forética, 2004; ORSC, 2004).

Sin embargo, referido al ámbito bancario la información es más limitada. Tan sólo en algunos de estos informes se comentan las acciones de algunas entidades bancarias. De ahí que surgiera nuestro interés por el tema.

En nuestro caso, se ha optado por analizar los programas de actuación más relevantes de las entidades bancarias dentro del marco de la Responsabilidad Social Corporativa en base a los contenidos de las *Memorias de Responsabilidad Social Corporativa* que muchas de estas entidades elaboran. En concreto, se han examinado las Memorias referidas a los años 2004, en unos casos, y 2005, en otros, de las instituciones reflejadas en la tabla número 1. Debe señalarse que algunas de estas Memorias tenían el reconocimiento “*In Accordance*” del Global Reporting Initiative GRI.

TABLA NÚMERO 2
Entidades cuyas Memorias de RSC se han analizado

Bancos	Cajas de Ahorros
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Banco Popular ▪ Banco Español de Crédito Banesto, S.A. ▪ Bankinter ▪ Banco Bilbao Vizcaya Argentaria BBVA ▪ Banco Santander Central Hispano BSCH ▪ Corporación Mapfre ▪ Banco de Sabadell, S.A. 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ La Caixa ▪ Cajamadrid ▪ Caixa Catalunya ▪ Kutxa ▪ Caja España ▪ Caja de Ahorros del Mediterráneo ▪ Caja de Ahorro El Monte de Huelva y Sevilla ▪ Bancaja ▪ Caja Navarra ▪ Caixa Galicia

En términos generales, algunos de los aspectos más relevantes y que con mayor énfasis se reflejan en las Memorias analizadas se recogen en la tabla número 3, diferenciando entre bancos y cajas de ahorros, y comentándose a continuación con más detalle.

TABLA NÚMERO 3
Actuaciones más relevantes de las entidades bancarias en el marco de la RSC

Bancos	Cajas de Ahorros
--------	------------------

<ul style="list-style-type: none"> — Inclusión de criterios sociales y medioambientales en el análisis de riesgos. — Selección de proveedores. — Paraísos fiscales. — Medidas anticorrupción. — Inversiones socialmente responsables ISR. — Fondos de inversión éticos o ecológicos. 	<ul style="list-style-type: none"> — Acceso al crédito por personas desfavorecidas (microcréditos). — Inclusión financiera. — Política laboral (estabilidad del empleo, igualdad de oportunidades, previsión social complementaria, desarrollo profesional, etc.). — Obra Social. — Fondos de inversión éticos.
--	--

En cuanto al *acceso a los créditos para personas desfavorecidas* o de rentas bajas, el sector financiero, sin duda, podría tener un impacto considerable en la medida que facilite el acceso al crédito a los sectores más desfavorecidos y proporcione servicios adaptados a distintos colectivos como inmigrantes, jóvenes, mayores, etc. En esta línea, existe una tendencia bastante general a incluir productos que lo faciliten como son las fórmulas de *microcréditos*, que, en los países desarrollados, son pequeños préstamos destinados a personas pobres para proyectos de autoempleo generadores de renta. Es decir, sus destinatarios son personas en situación de precariedad laboral o desempleo, con proyectos de empresa con posibilidades de supervivencia, pero sin garantías tradicionales, con capacidad emprendedora y que cumplen con un proyecto empresarial viable. Fundamentalmente, estos programas de microcréditos sirven para financiar actividades productivas, no de consumo. En algunos casos, como se señala en las Memorias, suelen llevar aparejados programas de formación y asistencia microempresarial, ya que el acreditado no cuenta con experiencia empresarial. Los beneficiarios identificados en la mayor parte de los programas reflejados en las Memorias analizadas son mujeres, inmigrantes, parados de larga duración, hogares monoparentales, mayores de 45 años, discapacitados y minorías étnicas. Por volumen de fondos, destacan los programas de microcréditos de las cajas de ahorros. La gestión de estos productos se hace, en la mayoría de los casos, a través de fundaciones creadas con fondos de la Obra Social, aunque algunas entidades la insertan dentro de la propia actividad de la entidad financiera.

Otra nueva línea de negocio que están adoptando la mayor parte de las entidades para cubrir estos colectivos desfavorecidos consiste en ampliar la oferta de servicios bancarios para inmigrantes con el fin de canalizar las remesas cada vez más cuantiosas, y así captar un porcentaje de la población cada vez más relevante.

Una actuación importante resaltada sobre todo en las Memorias de las cajas es la *inclusión financiera*. Dado que existe un riesgo de exclusión financiera que impide a determinados colectivos étnicos, sociales o territoriales participar en las operaciones financieras de activo y pasivo que resultan normales para el resto de los ciudadanos, las cajas señalan que tienen una mayor proporción de oficinas en poblaciones pequeñas que la banca. Su papel en la exclusión financiera no responde únicamente a una configuración geográfica, sino también a un mayor sesgo de su actividad hacia grupos poblacionales menos favorecidos o con menor renta, impulsando la financiación de pequeños negocios o el autoempleo, especialmente en zonas rurales. Por otro lado, se remarcan también políticas y actuaciones para facilitar el acceso de rentas bajas a las nuevas tecnologías y los nuevos canales de distribución de servicios financieros.

Una medida importante, pero aún poco relevante en el sector, es la *inclusión de riesgos sociales y medioambientales en el análisis de riesgos* realizado a proyectos de inversión. En algunas de las Memorias

analizadas se expresa la adhesión de la entidad a pactos internacionales como el *Programa de las Naciones Unidas para el Medio Ambiente para Iniciativas Financieras* UNEP-FI, centrado en la contribución al desarrollo sostenible, y los *Principios de Ecuador* de 2002, impulsados por la Corporación Financiera Internacional CFI, agencia dependiente del Banco Mundial, que establecen criterios ambientales y sociales para la financiación de proyectos de inversión en países emergentes y que implican el rechazo o la selección de grandes proyectos de inversión en función de criterios de sostenibilidad.

En lo que concierne a la información sobre *paraísos fiscales*, pese a que se ha evidenciado que existe presencia y actividades en estos países tan sólo una de las entidades financieras aporta información sobre su compromiso público de eliminar sus actividades *off-shore* de forma paulatina.

En cuanto a las *medidas anticorrupción* más generalizadas, se ha evidenciado que todas las entidades informan poseer una normativa, por otra parte requerida por ley, para prevenir en blanqueo de capitales y financiación de actividades terroristas.

Un riesgo evidente y que se ha ido materializando en ocasiones es el relacionado con actividades de prácticas de corrupción, tanto desarrolladas por los empleados de las entidades, como las relacionadas con administraciones públicas. Sobre estos riesgos algunas de las entidades están definiendo políticas, procedimientos y herramientas para combatir estas prácticas, no obstante no todas las entidades informan sobre ello. En este sentido dar la mayor transparencia sobre la financiación a partidos políticos o la utilización de organismos de incidencia política, debería ser sin duda unas de las áreas de mejora del sector.

En lo relativo a la *política laboral*, en general en las Memorias se resalta la especial atención con que se procura el pleno desarrollo profesional y personal de sus empleados. En el caso de las cajas de ahorros, se destaca la cuidada atención a los intereses del grupo de empleados, promoviendo en los mismos un fuerte “sentido de pertenencia” y reconociendo la normativa del sector a la representación de trabajadores una participación activa en los órganos de gobierno de las cajas. Debe resaltarse que, aunque la temporalidad de los empleados es una cuestión particular que caracteriza a numerosas empresas de este sector, no siempre se aportan datos acerca del porcentaje de plantilla con contrato fijo. En el sector de las cajas, sin embargo, se indica el peso relativo de la contratación indefinida (94,61 por 100). Muchas entidades informan que están realizando esfuerzos en promocionar la contratación y el ascenso laboral de mujeres en un sector en el que la presencia de mujeres tradicionalmente ha sido reducida, pero no siempre se aportan datos sobre los resultados obtenidos en este sentido. Por otro lado, dentro de este contexto general de política laboral, aparte de fomentar la diversidad, también se están promoviendo prácticas de trabajo flexible, conciliación de trabajo y vida familiar. Por otra parte la tendencia de las entidades a buscar un aumento de la rentabilidad a través de la productividad ha provocado unas tasas muy importantes de reducción de plantilla, asociadas a incrementos significativos de beneficios, lo que puede provocar costes sociales que asumen las administraciones públicas.

Por otra parte, la aplicación de criterios de selección que incluyan factores sociales y medioambientales a la hora de *seleccionar a sus proveedores* influiría también en el impacto conseguido por las entidades, tanto por la

presencia internacional como el alto volumen de subcontratación. La transparencia en las condiciones asociadas a los productos y servicios ofrecidos a clientes puede beneficiar al consumidor final que podrá tomar sus decisiones de contratación con mayor y con información más accesible.

Aunque la comercialización de *productos de inversión socialmente responsable (ISR)*, como los fondos socialmente responsables y solidarios, que incluyen criterios medioambientales y sociales ofreciendo productos de ISR (fondos, seguros), proporcionan una opción para que el cliente pueda aplicar criterios de RSC a sus inversiones, estos todavía son muy poco significativos en el volumen de negocio financiero, y no siempre son priorizados en las actividades comerciales de las entidades.

En algunas Memorias se señalan que se aplican filtros de RSC o sostenibilidad a las participaciones industriales, a las carteras de inversión y a la gestión de valores por cuenta de terceros, a la vez que se ofertan productos y servicios de inversión que aplican criterios éticos y de sostenibilidad, como, por ejemplo, fondos *de inversión éticos o ecológicos*. Estos productos de inversión colectiva tomaron fuerza dentro de las entidades bancarias españolas en los años 1999 y 2000, sufriendo una importante caída en 2001, como consecuencia del empeoramiento de los mercados de renta variable y de la pérdida de atractivo para los inversores de los fondos mixtos, asistiendo, no obstante, en 2003 al nacimiento de nuevos fondos de inversión éticos y a una recuperación de los que se habían mantenido, tendencia que ha continuado en 2004 y 2005, si bien los fondos surgidos se han guiado más por criterios de sostenibilidad que de ética. También en 2003 se produjo el lanzamiento del primer *fondo de pensiones ético* de régimen individual en España.

La *Obra Social* de las cajas de ahorros, en cuanto instrumento al servicio de la mejora del bienestar social, forma parte, según la Memoria de estas entidades, de la responsabilidad social corporativa como una forma peculiar de acercarse directamente a resolver o paliar problemas sociales, advirtiéndose el carácter voluntario de la misma, ya que con frecuencia se afirma, incorrectamente, que es obligatoria para las cajas.

Finalmente, resulta interesante destacar, a nuestro juicio, que algunas de las entidades del sector financiero tienden a la realización de la verificación externa de sus memorias, pero con un enfoque muy limitado a la existencia de información según se establece en los indicadores del GRI, no buscando asegurar la calidad de la información publicada ni la adecuación y eficacia de los sistemas de gestión de la RSC.

5. CONCLUSIONES

Del trabajo realizado, pueden extraerse una serie de conclusiones, comentándose a continuación las más relevantes:

1. Existe una gran confusión conceptual. Algunos confunden, quizás interesadamente, Responsabilidad Social Corporativa con mecenazgo o filantropía empresarial, o con la acción social de la empresa, o con una determinada iniciativa solidaria de mayor o menor impacto publicitario. La RSC es mucho más que realizar actividades de acción social o *marketing social*. La RSC no son acciones puntuales de acción social, por importantes que éstas sean. Una política de integración de la discapacidad o de cooperación al desarrollo en

un país en el que opera la empresa o una importante actividad de voluntariado de todo el personal son acciones puntuales de política social, pero no constituyen una política integral de RSE. Podría decirse que la RSE, tal la concebimos nosotros, es una cultura integral y estratégica, una concepción cultural de la empresa y de su papel para con la sociedad.

2. La RSC constituye una verdadera innovación en la visión de la relación empresa-sociedad, al combinar la mejora de la cuenta de resultados de la compañía al tiempo que aporta un beneficio para la sociedad. Pero, a nuestro juicio, si se quiere que realmente la responsabilidad social de las empresas sea estructural y sea algo más que una actividad filantrópica o ligada a la situación económica coyuntural o a la voluntad o intereses de los accionistas o directivos, es importante que las actividades que se definan tengan una aportación clara de valor a la empresa.
3. La preocupación por la RSC en el mundo financiero se hace cada vez más patente, no sólo por la necesidad de las propias entidades de gestionar adecuadamente sus riesgos reputacionales, éticos, sociales y medioambientales, sino también por la presión de reguladores e instituciones gubernamentales, inversores, clientes y sociedad en general, que exigen cada vez más transparencia e involucración de la banca en la sociedad y en el desarrollo sostenible.
4. En concreto en el sector bancario, la revisión de la literatura sobre el tema, pone de manifiesto que la integración del concepto de la responsabilidad social en el mismo ha tomado dos direcciones prioritarias: 1. la búsqueda de la responsabilidad ambiental y social en la gestión interna de la entidad (programas de mejoras en el rendimiento energético, mejora de los recursos humanos, programas de conciliación de la vida familiar y laboral, etc.), y 2. la integración de la RSC en el propio negocio fundamental de intermediación bancaria y de inversión en los mercados financieros (incorporación de consideraciones ambientales y sociales en el diseño de productos, política de crédito e inversión, etc.).
5. De la información analizada sobre los programas de acciones desarrollados por las entidades bancarias españolas en el marco de la RSC, cabe concluir que la RSC es un movimiento en expansión en el ámbito bancario español. Podría afirmarse que cada vez en mayor medida el sector bancario en España, en su estrategia y práctica diaria, se cuestiona los intereses de otros agentes al margen de los accionistas así como el impacto social y medioambiental de sus políticas, y empieza a ser consciente de su relevante papel en el desarrollo sostenible asumiendo que es función suya preocuparse de estas cuestiones. Dicho de otro modo, las entidades bancarias son empresas de servicios financieros que gestionan riesgos, y cada vez son más conscientes de que una mala gestión de los riesgos medioambientales y sociales de sus clientes representa una amenaza para su negocio de prestamista. Por ello, para disminuir su exposición a estos riesgos comienzan a prestar más atención al funcionamiento ambiental y social de sus clientes, y a desarrollar mecanismos para determinar su exposición a dichos riesgos. Esta preocupación por el comportamiento de sus clientes, manifestada en sus decisiones de préstamos e inversión, estimula a su vez un mejor comportamiento sostenible en el sector privado.

6. En términos generales, algunos de los aspectos concretos más relevantes y que con mayor énfasis se reflejan en las Memorias de Responsabilidad Social Corporativa analizadas se refieren al acceso al crédito por personas desfavorecidas; la inclusión de criterios sociales y medioambientales en el análisis de riesgos; la inclusión financiera; la selección de proveedores; la política laboral general; los paraísos fiscales; las medidas anticorrupción, las inversiones socialmente responsables ISR y la Obra Social de las cajas de ahorros.

Ahora bien, llegados a este punto, nos cabe una última pregunta o más bien la cuestión refleja una cierta inquietud ¿la responsabilidad social de las empresas, en este caso las bancarias, responde a una moda pasajera, una acción o herramienta de marketing para favorecer la buena imagen de la empresa, o realmente representa una nueva filosofía de negocio en nuestra sociedad? Todo parece indicar que la RSC ha llegado para instalarse de manera permanente en la realidad de las empresas. En este sentido, quizás no sea casual que el primer *hedge fund* español –fondo de inversión libre-, lanzado al mercado en el mes de noviembre de 2006, sea de una entidad bancaria, en este caso del BBVA, y sea solidario, pues invertirá en activos ligados a la emisión de microcréditos, con el objetivo de contribuir a la financiación de proyectos empresariales de personas con pocos recursos principalmente en América Latina. El banco cuenta con la colaboración de Codespa, una ONG que elaborará informes acerca del impacto social de las inversiones realizadas por el fondo en las instituciones microfinancieras, informes que se remitirán a su vez al partícipe.

Como decía Rafael Termes en el año 2003, al intentar responder a la pregunta de ¿qué es una empresa y quién es empresario? *Empresa económica o mercantil es una comunidad de personas que, aportando unas capital y otras trabajo, se proponen, bajo la dirección del empresario, el logro de un objetivo que constituye el fin de la empresa. Este objetivo, para que la empresa se justifique económica y moralmente, debe ser doble: por un lado, añadir valor económico, es decir, generar rentas, crear riqueza para todos los participantes en la empresa y, por otro lado, prestar verdadero servicio a la sociedad en la que la empresa se halla ubicada. Sin estas dos condiciones - prestar servicio y crear riqueza – la empresa mercantil no se justifica.*

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- ACTUALIDAD ECONÓMICA (2004): “Ranking de RSC de Actualidad Económica”, *Actualidad Económica*, 8 de julio de 2004.
- BIGNÉ, E.; CHUMPITAZ, R.; ANDREU, L. y SWAEN, V. (2005): “Percepción de la responsabilidad social corporativa entre universitarios europeos y latinoamericanos: un análisis cross-cultural”, *Universia Business Review*, núm. 5, primer trimestre, págs. 14-27.
- CUERVO, ÁLVARO (2005): “La maximización del valor para el accionista versus la responsabilidad social corporativa. ¿Compatibilidad?”, *Economistas*, nº 106, noviembre, págs. 13-21.
- CUESTA, MARTA DE LA (2004): “La Responsabilidad Social en el Sector Bancario: una propuesta de indicadores para medir su contribución social”, *Cuadernos de Información Económica*, núm. 180, mayo-junio, págs. 79-85.
- CUESTA, MARTA DE LA (2006): “Responsabilidad Social del Sector Bancario. Su contribución a un desarrollo más sostenible”, *Papeles de Economía Española*, núm. 108, págs. 173-190.
- DELOITTE (2004): *Análisis sobre la situación actual de las empresas españolas en relación con el buen gobierno*, Deloitte [www.deloitte.com].
- EUROPEAN COMMISSION (2004): *European Multistakeholder Forum on CRS. Final Results & Recommendations*. Núm. 29, junio [http://europa.eu.int/comm/employment_social/soc-dial/csr].
- FED (2005): *Anuario sobre la responsabilidad social en España. Fundación Economía y Desarrollo.*, Zaragoza [www.ecodes.org].

- FES (2005): *Observatorio de la acción social de la empresa en España. Informe 2005*, Fundación Empresa y Sociedad, Madrid.
- FORÉTICA (2004): *Responsabilidad social de las empresas. Informe Forética 2004*, [www.foretica.es].
- FRIEDMAN, MILTON (1970): "The social responsibility of business is to increase its profits", *The New York Times Magazine*, 13 de septiembre, págs. 32-33.
- KPMG (2005): *International survey of corporate responsibility reporting 2005*, KPMG, Rotterdam.
- MARTÍN, IVÁN (2005): "Responsabilidad social empresarial: un debate de actualidad", *Economistas*, nº 106, noviembre, págs. 22-30.
- MINISTERIO DE TRABAJO Y ASUNTOS SOCIALES (2005): *I, II y III Sesión de Trabajo del Foro de Expertos en RSC*, Secretaría General de la Dirección General de Economía Social, MTAS, Madrid
[http://www.mtas.es/Empleo/economiasoc/NoticiasDoc/NoticiasPortada/PRIMER_DOC_FORO_EXPERTOS20_7_2005.pdf]
- ORSC (2005): *La responsabilidad social corporativa en las memorias anuales de las empresas del IBEX 35. Análisis del ejercicio 2003*, Observatorio de Responsabilidad Social Corporativa [www.orsc.org].
- PAPELES DE ECONOMÍA ESPAÑOLA* (2006): núm. 108., "Introducción Editorial", pág. VI.
- PRICEWATERHOUSECOOPERS (2003): *Responsabilidad social corporativa. Tendencias en España*. PricewaterhouseCoopers.
- SALAS, VICENTE (2005): "¿Sustituye la responsabilidad social al buen gobierno de la empresa?", *Economistas*, nº 106, noviembre, págs. 4-11.