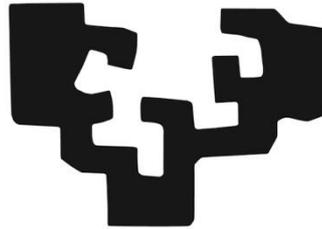


eman ta zabal zazu



Universidad
del País Vasco

Euskal Herriko
Unibertsitatea

FACULTAD DE ECONOMÍA Y EMPRESA (SECCIÓN DONOSTIA-SAN SEBASTIÁN)

TRABAJO DE FIN DE GRADO

**LA RESPONSABILIDAD SOCIAL CORPORATIVA EN EL SECTOR BANCARIO:
BBVA, LABORAL KUTXA Y FIARE BANCA ÉTICA**

ALUMNA: YAIZA IBÁÑEZ DE JUAN
DIRECTORA: ANA BERAZA GARMENDIA

CURSO 2021-2022

ÍNDICE

1. INTRODUCCIÓN	5
1.1. OBJETIVOS	5
1.2. CONTEXTUALIZACIÓN Y JUSTIFICACIÓN DEL TEMA	5
1.3. METODOLOGÍA.....	5
1.4. ESTRUCTURA	6
2. LA ÉTICA	7
2.1. LA ÉTICA EMPRESARIAL.....	7
3. CONCEPTOS DE RS, RSE Y RSC	9
3.1. CATEGORÍAS DE LA RS	9
3.2. DEFINICIONES DE LA RSC	9
3.3. DIMENSIONES Y ÁMBITOS DE LA RSC.....	11
3.3.1. <i>CARROLL</i>	11
3.3.2. <i>COMISIÓN EUROPEA</i>	12
3.3.3. <i>TRIPLE CUENTA DE RESULTADOS</i>	13
4. EVOLUCIÓN DEL CONCEPTO DE RSC	15
4.1. PRIMERA MITAD EL SIGLO XX: FILANTROPÍA EMPRESARIAL.....	15
4.2. DÉCADA DE LOS 50: ETAPA FILOSÓFICA DE LA RSC	15
4.3. DÉCADA DE LOS 60: PROLIFERACIÓN DE DEFINICIONES	16
4.4. DÉCADA DE LOS 70: PRECISANDO EL CONCEPTO	17
4.5. DÉCADA DE LOS 80: ETAPA EMPÍRICA	18
4.6. DÉCADA DE LOS 90: ETAPA ESTRATÉGICA; NUEVOS CONCEPTOS	19
4.6.1. <i>COMPORTAMIENTO SOCIAL DE LA EMPRESA (CSE)</i>	19
4.6.2. <i>GESTIÓN DE LOS GRUPOS DE INTERÉS O STAKEHOLDERS</i>	20
4.6.3. <i>EL CONTRATO SOCIAL</i>	21
5. LA RSC EN EL SIGLO XXI	23
5.1. EL PACTO MUNDIAL O GLOBAL COMPACT	24
5.2. OBJETIVOS DE DESARROLLO SOSTENIBLE	24
5.3. LA CIUDADANÍA CORPORATIVA Y REPUTACIÓN CORPORATIVA	26
6. RSC EN EL SECTOR FINANCIERO O BANCARIO	29
6.1. LAS FUNCIONES DEL SECTOR FINANCIERO: CLAVE PARA EL DESARROLLO.....	29
6.2. EVOLUCIÓN DEL SECTOR FINANCIERO	32
6.3. CRISIS FINANCIERA EN ESPAÑA	32
6.3.1. <i>CRISIS DE CONFIANZA EN EL SECTOR BANCARIO</i>	33
6.4. DIMENSIONES DE LA RSC EN EL SECTOR BANCARIO	35
6.5. CRITERIOS ESG: LA INVERSIÓN SOCIALMENTE RESPONSABLE	35
6.6. STAKEHOLDERS EN EL SECTOR FINANCIERO	36
6.7. PRINCIPIOS PARA LA BANCA RESPONSABLE.....	37
6.8. BANCA TRADICIONAL VS. BANCA ÉTICA	38
6.8.1. <i>BANCA TRADICIONAL</i>	39
6.8.2. <i>BANCA ÉTICA</i>	39

7.	ANÁLISIS DE LA RSC DE BBVA, LABORAL KUTXA Y FIARE BANCA ÉTICA	41
7.1.	BBVA.....	41
7.1.1.	<i>DIMENSIÓN FINANCIERA</i>	<i>41</i>
7.1.2.	<i>DIMENSIÓN CORPORATIVA</i>	<i>42</i>
7.1.3.	<i>DIMENSIÓN DE RECURSOS HUMANOS</i>	<i>43</i>
7.1.4.	<i>DIMENSIÓN MEDIOAMBIENTAL.....</i>	<i>46</i>
7.1.5.	<i>DIMENSIÓN SOCIAL</i>	<i>48</i>
7.2.	LABORAL KUTXA.....	50
7.2.1.	<i>DIMENSIÓN FINANCIERA</i>	<i>50</i>
7.2.2.	<i>DIMENSIÓN CORPORATIVA</i>	<i>51</i>
7.2.3.	<i>DIMENSIÓN DE RECURSOS HUMANOS</i>	<i>52</i>
7.2.4.	<i>DIMENSIÓN MEDIOAMBIENTAL.....</i>	<i>55</i>
7.2.5.	<i>DIMENSIÓN SOCIAL</i>	<i>55</i>
7.3.	FIARE BANCA ÉTICA	56
7.3.1.	<i>DIMENSIÓN FINANCIERA</i>	<i>57</i>
7.3.2.	<i>DIMENSIÓN CORPORATIVA</i>	<i>58</i>
7.3.3.	<i>DIMENSIÓN DE RECURSOS HUMANOS</i>	<i>60</i>
7.3.4.	<i>DIMENSIÓN MEDIOAMBIENTAL.....</i>	<i>60</i>
7.3.5.	<i>DIMENSIÓN SOCIAL</i>	<i>62</i>
8.	COMPARATIVA DE ENTIDADES	65
9.	CONCLUSIONES.....	67
10.	BIBLIOGRAFÍA.....	71

ÍNDICE DE FIGURAS

FIGURA 1. LA TEORÍA DE LA PIRÁMIDE DE CARROLL.....	12
FIGURA 2. FLUJO DE FONDOS.....	30
FIGURA 3. EVOLUCIÓN DEL VOLUMEN DE EMPLEADOS DE BBVA.....	42
FIGURA 4. DISTRIBUCIÓN (%) DE LOS EMPLEADOS DE BBVA POR CATEGORÍA PROFESIONAL Y GÉNERO EN ESPAÑA EN 2021.....	44
FIGURA 5. RETRIBUCIÓN MEDIA (€) DE BBVA POR CATEGORÍA PROFESIONAL Y GÉNERO EN 2021.....	45
FIGURA 6. DISTRIBUCIÓN (%) DE LA INVERSIÓN SOCIAL DE BBVA EN 2021.....	49
FIGURA 7. DISTRIBUCIÓN (%) DE LA INVERSIÓN SOCIAL DE BBVA POR FOCO EN 2021.....	50
FIGURA 8. EVOLUCIÓN DEL VOLUMEN DE SOCIOS DE LABORAL KUTXA.....	51
FIGURA 9. DISTRIBUCIÓN (%) DEL VOLUMEN DE SOCIOS DE LABORAL KUTXA POR CATEGORÍA PROFESIONAL Y GÉNERO EN 2021.....	53
FIGURA 10. RETRIBUCIÓN MEDIA (€) DE LABORAL KUTXA POR CATEGORÍA PROFESIONAL Y GÉNERO EN 2021.....	54
FIGURA 11. EVOLUCIÓN DEL VOLUMEN DE SOCIOS Y CLIENTES DE FIARE BANCA ÉTICA.....	57
FIGURA 12. DISTRIBUCIÓN (%) DE LOS CRÉDITOS CONCEDIDOS POR FIARE BANCA ÉTICA EN 2021 SEGÚN EL TAMAÑO DE LA EMPRESA.....	59
FIGURA 13. DISTRIBUCIÓN (%) DE LOS PRÉSTAMOS CONCEDIDOS POR FIARE BANCA ÉTICA A PERSONAS FÍSICAS EN 2021 SEGÚN LA FINALIDAD.....	60

ÍNDICE DE CUADROS

CUADRO 1. OBJETIVOS DE DESARROLLO SOSTENIBLE.....	25
CUADRO 2. PRINCIPALES DIFERENCIAS ENTRE LA BANCA TRADICIONAL Y LA BANCA ÉTICA.....	38
CUADRO 3. DISTRIBUCIÓN POR CATEGORÍA PROFESIONAL Y GÉNERO DE LOS EMPLEADOS DE BBVA QUE RECIBIERON FORMACIÓN EN 2021.....	46
CUADRO 4. HORAS DE FORMACIÓN POR AÑO Y EVALUACIÓN MEDIA DE LOS MISMOS EN LABORAL KUTXA.....	54
CUADRO 5. DISTRIBUCIÓN DE LA FINANCIACIÓN CONCEDIDA EN 2021 POR FIARE BANCA ÉTICA SEGÚN EL TIPO DE CLIENTE.....	58
CUADRO 6. RESUMEN DEL IMPACTO DE LA FINANCIACIÓN CONCEDIDA POR FIARE BANCA ÉTICA EN EL ÁMBITO MEDIOAMBIENTAL EN 2021.....	61
CUADRO 7. RESUMEN DE LOS CONSUMOS DE FIARE BANCA ÉTICA EN LOS ÚLTIMOS 5 AÑOS.....	62
CUADRO 8. RESUMEN DEL IMPACTO DE LA FINANCIACIÓN CONCEDIDA POR FIARE BANCA ÉTICA EN EL ÁMBITO SOCIAL EN 2021.....	63

1. INTRODUCCIÓN

1.1. OBJETIVOS

El objetivo general de este trabajo es realizar una compilación teórica del concepto de Responsabilidad Social Sorporativa (en adelante RSC) desde sus orígenes hasta la actualidad, analizando cómo ha evolucionado su significado y aplicación a lo largo de los años, para posteriormente centrarnos en su relevancia y particularidades en el sector bancario a día de hoy.

Para ello, y con el fin de hacer un análisis más concreto se realizará una comparativa entre las prácticas de RSC que aplican en la actualidad tres entidades bancarias de características particulares diferentes como son BBVA, Laboral Kutxa y Fiare Banca Ética. El objetivo de esta segunda parte del trabajo será determinar en qué se parecen y diferencian sus estrategias en materia de sostenibilidad, así como el grado de implicación de cada una de ellas.

1.2. CONTEXTUALIZACIÓN Y JUSTIFICACIÓN DEL TEMA

Es evidente que la responsabilidad social es un concepto que ha ido ganando especial relevancia en los últimos años en todos los aspectos de la vida de las personas, y en especial en el ámbito empresarial. Los constantes avances tecnológicos y la aparición y auge de las redes sociales han posibilitado que las noticias e informaciones, al margen de su veracidad, den la vuelta al mundo en segundos. La ciudadanía sufre un bombardeo constante de noticias y anuncios publicitarios en una sociedad globalizada donde compañías y organizaciones buscan constantemente la forma diferenciarse de sus competidores. Dentro de esta cultura de la inmediatez, no caben las esperas, y en la mayoría de casos, tampoco verificaciones ni reflexiones que, junto con la creciente sensibilización de la sociedad, ha aumentado la preocupación de las organizaciones por su imagen y reputación.

A día de hoy, la sociedad, que tiene acceso a todo tipo de información sobre la gestión y actuaciones de las empresas, valora el comportamiento de las mismas en función de su grado de implicación con el entorno. Es por ello que, independientemente de si lo hacen por preservar su imagen y obtener una ventaja competitiva, o porque verdaderamente les preocupa el entorno en el que operan, la gran mayoría de empresas y, en especial las grandes organizaciones, han acabado dando respuesta a esa demanda de concienciación por parte de la sociedad.

1.3. METODOLOGÍA

Para la elaboración de este trabajo se han consultado las siguientes fuentes de información:

- Revisión bibliográfica de manuales y capítulos de libros específicos sobre la ética y la RSC.
- Artículos incluidos en revistas académicas especializadas.
- Notas de prensa.
- Trabajos de investigación realizados por otros autores.
- Informes de cuentas anuales y memorias de sostenibilidad de entidades bancarias.
- Páginas web de organismos oficiales.
- Bases de datos y portales bibliográficos como Dialnet, Researchgate, Redalyc, Scirp y Sage.

1.4. ESTRUCTURA

Este trabajo de análisis teórico consta de cuatro partes. Comienza con una introducción donde se exponen los objetivos que persigue el trabajo, el motivo de la elección del tema y su relevancia en la actualidad, además de la metodología utilizada y las fuentes de información en las que se apoya.

La segunda parte del trabajo, y la más extensa, es el desarrollo, que consta, por un lado, de un análisis del significado de la responsabilidad social corporativa, abarcando conceptos estrechamente relacionados como la ética para posteriormente hacer un repaso de la evolución del concepto en las diferentes décadas del siglo XX y, por otro, de un análisis de la RSC en el sector bancario valiéndose de la comparativa entre la RSC de tres entidades concretas.

A continuación, en las conclusiones y parte final de trabajo, se tratará de destacar los puntos más importantes del estudio realizado y se determinará el grado de implicación de las tres entidades en materia de RSC.

Por último, se incluye el listado de referencias bibliográficas que se han utilizado para la elaboración del trabajo.

2. LA ÉTICA

Antes de definir lo que es la RSC, considero importante dar unas pinceladas básicas de lo que significa la ética, pues se encuentra muy estrechamente relacionada con el tema que nos ocupa. Para ello, si acudimos a la R.A.E., comprobamos que se trata de un *“conjunto de normas morales que rigen la conducta de la persona en cualquier ámbito de la vida”*. En otra de sus acepciones, es la *“parte de la filosofía que trata del bien y del fundamento de sus valores”*. Y Daft (2011), uno de los autores que mayores contribuciones ha realizado al estudio del diseño organizacional de las empresas, la define como el *“código de principios y valores morales que regula las conductas de una persona o de un grupo respecto a lo que es correcto o incorrecto”* (p. 389).

Lo cierto es que la ética desarrolla dos utilidades básicas que son la construcción del carácter y la toma de decisiones moralmente justas. Centrándonos en la primera de ellas, si nos fijamos en la etimología de la palabra ética, descubrimos que procede, precisamente, de la palabra griega *ethos* que significa carácter. Cuando hablamos de carácter nos referimos a las cualidades y circunstancias propias de una persona y que la distinguen de las demás por su modo de ser u obrar. No es algo que nos venga dado de nacimiento, sino que se construye, se cultiva, y siempre puede ser objeto de cambios y adaptaciones a medida que desarrollamos nuestra vida (Navarro, 2012).

Los diferentes rasgos que vaya adquiriendo nuestro carácter van a depender de los fines que persigamos, ya que sin conocer nuestra meta a alcanzar resulta imposible crear unas formas de actuar, o unos valores con los que podamos ir construyendo hábitos. El objetivo es ir adquiriendo una serie de buenas conductas que, a base de repetirlas, se conviertan en hábitos. Estos acabarán formando parte de nuestra forma de ser o carácter, de manera que cada vez nos supondrá un menor esfuerzo realizarlos.

En lo que respecta a su segunda utilidad, cabe señalar que la ética nos guía a la hora de tomar decisiones prudentes, en las que valoramos las consecuencias de nuestras acciones. Sin embargo, hay que ser conscientes de que la ley y la ética no siempre van de la mano, y un acto legal no siempre es moral, y viceversa.

Es aquí donde actúa la RSC, situándose entre dos aguas, entre la ley, de carácter obligatorio, y la ética, que es algo que la empresa decide incorporar libremente a su actuación a la hora de tomar decisiones. De esta manera, algo que en principio se adquiere de manera voluntaria, se convierte en parte del reglamento interno de la empresa y de los valores de la organización y, en consecuencia, pasa a tener carácter de obligatoriedad.

2.1. LA ÉTICA EMPRESARIAL

Como podemos imaginar, el estudio de la ética y su influencia en el ámbito empresarial no es algo reciente, sino que se remonta a siglos de antigüedad, de hecho, Adam Smith, creador del liberalismo económico, ya mostraba inquietud por buscar la forma de generar mayores niveles de felicidad y libertad.

Desde el punto de vista social, podemos definir a la empresa como un conjunto de personas con intereses diversos que deciden colaborar entre sí para conseguir unos objetivos comunes y que, bajo una dirección unificada, toman decisiones que afectan a los demás (Cortina, 2000). De ahí es, precisamente, de donde surge el planteamiento ético, pues se entiende que, desde el momento en que la toma de decisiones de las empresas afecta a terceros, tiene sentido que exista una valoración moral de sus actos para determinar su validez o justicia. En este sentido, la empresa logrará la credibilidad y legitimidad social necesaria para sobrevivir en función de cómo desarrolle su actividad (García-Marzá, 2007).

En esa misma línea, para Davis (1960) “*la sociedad concede legitimidad y poder a la empresa. En el largo plazo, aquellos que no usen ese poder de un modo que la sociedad considere responsable tienden a perderlo*” (p.71). Entendemos, por tanto, que, en el ejercicio de su actividad, las empresas generan una serie de expectativas en su entorno y, en consecuencia, se establece lo que podemos denominar como contrato moral, un instrumento de gestión que recoge la idea moral de la reciprocidad, un sistema de expectativas y obligaciones como base fundamental de toda relación de confianza (García-Marzá, 2007). La consecuencia más directa es que la empresa además de actuar con responsabilidad, debe hacerlo con *responsividad*, es decir, tratando de escuchar y responder a las expectativas de los agentes con los que se relaciona.

Al igual que ocurre con los individuos que, a base de repetir determinadas conductas, las convierten en hábitos y estas pasan a formar parte de su carácter, la empresa inteligente incorpora buenas prácticas al ejercicio de su actividad, que acaban formando parte de su toma de decisiones y que responden a las expectativas del entorno. Cuando estos hábitos ayudan a tomar buenas decisiones que atienden a valores de prudencia y justicia, reciben el nombre de virtudes, y se generan cuando la empresa logra actuar de forma que sea beneficiosa para ella, pero también para los demás (Cortina, 2000).

Al final, no se trata de actuar éticamente por imposición o por incentivos como la rentabilidad o la reputación, sino que se convierte en una necesidad ya que, sin el desarrollo de esas virtudes, la supervivencia y sostenibilidad de la empresa se verían comprometidas a largo plazo (Argandoña, 2007). Sin embargo, conviene señalar que, al margen de la relevancia que las decisiones éticas tienen en sí mismas, el comportamiento ético genera ventajas evidentes para la empresa, pues infunde confianza y reputación garantizando la lealtad de los grupos de interés con los que se relaciona (Sen, 2003).

La consecución del objetivo de la empresa de mantener la confianza y reputación en el tiempo va a depender en gran medida de que sea capaz de responder y responsabilizarse de sus acciones frente a la sociedad, pues con ello alcanzará la credibilidad y legitimidad necesaria para garantizar su supervivencia. De ahí deriva, precisamente, el concepto de la RSC que trataremos en profundidad en el siguiente apartado.

3. CONCEPTOS DE RS, RSE Y RSC

Para poder entrar de lleno en la definición, origen y evolución de la RSC, tal y como señala Fernández García (2010), cabe señalar brevemente el significado de 3 conceptos que, aunque similares, conviene diferenciar:

- **Responsabilidad Social (RS):** se trata del compromiso que tienen todos los ciudadanos, las instituciones de carácter público y privado y las organizaciones sociales, en general, para contribuir al aumento del bienestar de la sociedad.
- **Responsabilidad Social Empresarial (RSE):** es la filosofía de empresa que se basa en incorporar a su gestión, y de forma voluntaria, las preocupaciones y expectativas de los diferentes grupos de interés con los que se relaciona.
- **Responsabilidad Social Corporativa (RSC):** el concepto tiene su origen en la traducción al castellano del término inglés *Corporate Social Responsibility* (CSR) y amplía el ámbito de la RSE a agencias gubernamentales y otras organizaciones que tengan interés en mostrar cómo realizan su trabajo.

Es importante destacar que el término de RSC es el que se utiliza, generalmente, para referirse a la RSE, y es el que emplearemos a lo largo de este trabajo pues, si bien es cierto que no significan lo mismo, su utilización es válida debido a que el contenido de la noción es el mismo (Hupperts, 2008).

3.1. CATEGORÍAS DE LA RS

Dentro de la responsabilidad social que pueden practicar las empresas, Caravedo (1998) las divide en tres clases: la filantropía, la inversión social y finalmente, la responsabilidad social corporativa. Todas tienen como objetivo colaborar en beneficio del entorno y servir de apoyo a los grupos más desfavorecidos.

- **Filantropía:** se trata de acciones de ayuda a través de donaciones, programas de voluntariado u otras vías similares destinadas a organizaciones humanitarias o comunidades en situación de desventaja.
- **Inversión social:** consiste en actividades económicas cuyo fin es generar beneficios de carácter social o económico y cuyos beneficiarios principales son personas o grupos vulnerables. La inversión social añade valor a la imagen corporativa de la empresa pero no forma parte de la estrategia de negocio.
- **Responsabilidad social corporativa:** hablamos de RSC cuando los programas o actividades que lleva a cabo la empresa en beneficio del bienestar social forman parte de la estrategia empresarial de la misma, de forma que, además de generar ventajas competitivas, también contribuyen a la diferenciación de la empresa frente a los principales competidores.

3.2. DEFINICIONES DE LA RSC

Centrándonos en el concepto de RSC que es el que nos interesa, lo podemos definir, a día de hoy, como el compromiso que adquiere una empresa u organización con respecto a la sociedad en beneficio del desarrollo sostenible, para lo que será indispensable lograr el equilibrio entre el crecimiento económico y el bienestar social. De esta forma, para Bateman y Snell (2005), *“la empresa socialmente responsable maximiza los efectos positivos sobre la sociedad y minimiza*

sus efectos negativos” (p. 147). Esto supondrá beneficios a largo plazo que favorezcan el desarrollo sostenible tanto de la propia empresa y como del entorno en general.

A continuación, se recogen las definiciones de la RSC más relevantes de los últimos años:

El **Observatorio de Responsabilidad Social Corporativa**, organización sin ánimo de lucro que nace en 2004 y cuya misión es fomentar, promocionar y hacer un seguimiento de la implantación de la RSC en España y en aquellos países en los que operan las empresas españolas, la define como *“una forma de dirigir las empresas basada en la gestión de los impactos que su actividad genera sobre sus clientes, empleados, accionistas, comunidades locales, medioambiente y sobre la sociedad en general”*.

La **Unión Europea**, a través del **Libro Verde (2001)** afirma que es la *“integración voluntaria, por parte de las empresas, de las preocupaciones sociales y medioambientales en sus operaciones comerciales y sus relaciones con sus interlocutores”* (p. 7).

La **Organización Internacional del Trabajo (OIT)**, que también ha desarrollado el tema en profundidad, indica que la RSC es *“la manera en que las empresas toman en consideración las repercusiones que tienen sus actividades sobre la sociedad y en la que afirman los principios y valores por los que se rigen, tanto en sus propios métodos y procesos internos, como en su relación con los demás actores”*.

Para el **Consejo Empresarial Mundial para el Desarrollo Sostenible**¹ la RSC es *“el compromiso que asume una empresa para contribuir al desarrollo económico sostenible por medio de colaboración con sus empleados, sus familias, la comunidad local y la sociedad, con el objeto de mejorar la calidad de vida”*.

En la misma línea, la **AECA**² la define como *“el compromiso voluntario de las empresas con el desarrollo de la sociedad y la preservación del medioambiente, desde su composición social y un comportamiento responsable hacia las personas y grupos sociales con los que se interactúa”*.

Si bien las definiciones no son idénticas, la idea que pretenden transmitir es la misma, de ahí el uso de elementos comunes como son el compromiso de las empresas de agregar valor social a la comunidad mediante el ejercicio de su actividad, la creación de beneficios para todos los grupos de interés, la obligación ética de las conductas organizacionales y la protección medioambiental (Flores, Ogliastri, Peinado-Vara y Petry, 2007).

En este contexto, es importante señalar que Schvarstein (2003) proponía diferenciar entre dos tipos de responsabilidades en la empresa.

- Por un lado, la interna, aquella que la empresa siente hacía sus integrantes y la comunidad donde desarrolla su actividad.
- Por otro, la exigible, la que le es impuesta y por la que debe rendir cuentas a la autoridad que exige su cumplimiento.

Lo preferible es que la organización encuentre equilibrio y armonía entre aquello que se le exige y lo que ella decide aportar libremente con el fin de lograr el bienestar y la aceptación por parte de los grupos de interés y la sociedad en general.

¹ WBCSD en sus siglas en inglés.

² Asociación Española de Contabilidad y Administración de Empresas.

3.3. DIMENSIONES Y ÁMBITOS DE LA RSC

La RSC es un concepto pluridimensional y no se ha llegado a un consenso sobre cuáles son sus áreas de actuación. Sin embargo, expertos en la materia han elaborado distintas clasificaciones de sus dimensiones y, a continuación, se analizan las más destacadas:

3.3.1. CARROLL

La Teoría de la Pirámide de Carroll (1991) plantea una clasificación de las dimensiones en función del tipo de responsabilidad de la empresa y las representa como cuatro niveles de una pirámide. Las analizamos a continuación:

- **Dimensión económica:** conforma la base de la pirámide sobre la que se erigen el resto de responsabilidades y se trata de la producción de bienes y servicios que demandan los consumidores. La empresa debe obtener una rentabilidad aceptable en el proceso de entrega de aquello que produce y ser capaz de generar los recursos suficientes para retribuir a los accionistas y pagar a los empleados entre otras cosas.
- **Dimensión legal:** se trata de cumplir con la ley y las regulaciones básicas por las que se regula la actividad de una empresa y según las cuales deben operar los negocios.
- **Dimensión ética:** se refiere a la obligación moral de cumplir con los principios y normas éticas por los que se rige la sociedad, es decir, hacer lo justo, correcto y razonable intentando minimizar posibles daños a los grupos de interés. Estas responsabilidades suponen respetar aquellas prácticas que la sociedad espera y evitar las que son rechazadas a pesar de no estar prohibidas por la ley.
- **Dimensión filantrópica:** la componen aquellas acciones corporativas que responden a las expectativas sociales sobre la buena ciudadanía corporativa, concepto que analizaremos más adelante. Estas responsabilidades implican la participación de las empresas en programas que promuevan el bienestar social y mejoren la calidad de vida de la población. A diferencia de las responsabilidades éticas, estas representan una actividad de carácter voluntario y no responden a normas esperadas en el sentido ético o moral.

Figura 1

La Teoría de la Pirámide de Carroll.



Nota. Fuente: Carroll (1991)

3.3.2. COMISIÓN EUROPEA

Por otro lado, el Libro Verde (2001) de la Comisión Europea pone énfasis en las prácticas de la RSC dentro y fuera de la empresa, distinguiendo dos dimensiones, la interna y la externa:

- **Dimensión interna:** es aquella que abarca tanto a trabajadores como a los procesos de producción. En el interior de la empresa, la RSC fomenta las inversiones en capital humano, salud y seguridad y gestión del cambio, además facilitar las prácticas respetuosas con el medioambiente a la hora de gestionar los recursos naturales que se emplean en la producción.
- **Dimensión externa:** fuera de su estructura interna, las empresas proporcionan a sus comunidades locales puestos de trabajo, salarios, servicios e ingresos fiscales. Por otro lado, debido a que las empresas dependen de la prosperidad del entorno donde operan, su RSC se extiende a una gran variedad de grupos de interés como son los consumidores, proveedores, autoridades públicas y ONG defensoras de la comunidad local y del medioambiente. Uno de los aspectos fundamentales de la dimensión externa de la empresa es su implicación en la defensa de los derechos humanos, especialmente en lo que respecta a inversiones multinacionales y cadenas de producción deslocalizadas.

Años más tarde, la Comisión Europea (2011) reiteraba las dimensiones establecidas por el Libro Verde y ampliaba la interna incorporando el ámbito de la transparencia y la lucha contra el fraude y la corrupción. Lo explicaba de la siguiente forma:

La RSE abarca, como mínimo, los derechos humanos, las prácticas de trabajo y de empleo (como la formación, la diversidad, la igualdad de género y la salud y el bienestar de los trabajadores), las cuestiones medioambientales (como la biodiversidad, el cambio climático, el uso eficiente de los recursos, la evaluación del ciclo de vida y la prevención de la contaminación) y la lucha contra el fraude y la corrupción. La participación de las comunidades locales y el desarrollo, la integración de las personas con discapacidad y los intereses de los consumidores, incluida la intimidad, forman parte también de la agenda sobre la RSE. Se admite que la promoción de la responsabilidad social y medioambiental en la cadena de suministro y la divulgación de información no financiera son aspectos transversales importantes.

3.3.3. TRIPLE CUENTA DE RESULTADOS

Por último, existe otra clasificación de los ámbitos de la RSC bajo la denominación de triple cuenta de resultados (o *triple bottom line* en su formulación en inglés), término acuñado por John Elkington en 1994. Con este nuevo concepto, al autor hacía referencia a una herramienta de gestión empresarial que tiene por objeto evaluar la sostenibilidad del desempeño de las empresas en las dimensiones económica, social y ambiental. Elkington (1997) presenta la triple cuenta como una filosofía de reporte que pretende adaptar el concepto de sostenibilidad al mundo de las organizaciones a través de tres objetivos simultáneos: la prosperidad económica, la calidad medioambiental y la justicia social.

Se trata de abordar las cuestiones sociales y medioambientales, sin despreciar los resultados económicos que garanticen la viabilidad y supervivencia de la empresa. Además, a estas tres dimensiones se añaden hoy en día también las relativas al buen gobierno, la transparencia, los mecanismos anticorrupción o la gestión de riesgos reputacionales.

- **Dimensión económica:** la supervivencia de las empresas se basa en la gestión ética de su actividad, que pasa por el cumplimiento de la ley y los códigos de buen gobierno. Además, la eficaz identificación y posterior gestión de los riesgos propios de su sector determinan lo competente que pueda llegar a ser a medio y largo plazo.
- **Dimensión medioambiental:** la capacidad de las empresas para ejercer su actividad sin dañar el medioambiente y la información que provean sobre esta labor determinan su grado de implicación y respeto por el entorno.
- **Dimensión social:** la sociedad valora a las empresas en función de su gestión interna de los recursos humanos y, externamente, por el impacto positivo que tengan sus acciones sociales en la mejora de la situación de colectivos y comunidades vulnerables.

4. EVOLUCIÓN DEL CONCEPTO DE RSC

Lo cierto es que la idea de que las empresas tienen una responsabilidad con su entorno, más allá de los objetivos económicos y de la maximización del beneficio, se remonta a siglos de antigüedad. Sin embargo, el nacimiento de la RSC como disciplina académica, y como práctica que las organizaciones comienzan a asumir como propia, data del siglo XX.

A continuación, haremos un repaso de lo que ha sido la evolución del concepto desde sus inicios hasta la actualidad.

4.1. PRIMERA MITAD DEL SIGLO XX: FILANTROPÍA EMPRESARIAL

Ubicar en el tiempo el origen exacto en el que surge este interés por la RSC no es tarea fácil, de hecho, los diferentes autores y académicos que, a lo largo de los años, han estudiado y analizado este concepto, no han llegado a un consenso a la hora de fijar el momento en el tiempo en el que nace esta preocupación.

Un acontecimiento que se puede considerar como el puntapié de la responsabilidad corporativa moderna a nivel global es la creación de la Organización Mundial del Trabajo (OIT) en el año 1919. Su nacimiento fue una respuesta ante la cada vez mayor interdependencia económica internacional, y se creaba con el fin de intervenir en los asuntos relativos al trabajo y las relaciones laborales en más de 190 naciones. El objetivo principal era la cooperación para lograr igualdad en las condiciones de trabajo de todos los países miembros (Cardona, 2017).

Es por esto que existen diversos autores que sitúan los inicios de la RSC en los años 20, década en la que surge el concepto de filantropía empresarial. Es concretamente en el año 1923 cuando Oliver Sheldon publica su obra *“La Filosofía del Management”* en la que afirma que las responsabilidades básicas de la gestión son sociales. Este autor hace énfasis en la importancia que tienen los elementos humanos dentro de una organización, y la necesidad de que los gerentes los traten de forma justa para lograr un mejor desarrollo de su actividad (Mozas y Puentes, 2010).

También destacan obras como *“The Functions of the Executive”* de Chester Barnard (1938) en la que defendía que *“la resistencia de la organización depende de la calidad de la dirección, y su calidad deriva de la profundidad moral en la que se apoya”* (p. 282). En esa misma línea, *“Measurement of the Social Performance of Business”*, obra de Theodore Krepes (1940), lo convierte en precursor de la auditoría social como técnica de prestación de cuentas de la responsabilidad social de las empresas. Sin embargo, la mayoría de académicos, como es el caso de Carroll (1999), uno de los más prestigiosos estudiosos de la disciplina que nos ocupa, sitúan el origen del concepto de RSC a mediados del siglo XX, coincidiendo con grandes escándalos financieros alrededor del mundo.

4.2. DÉCADA DE LOS 50: ETAPA FILOSÓFICA DE LA RSC

Es concretamente en el año 1953 cuando Bowen, considerado el padre de la RSC moderna, publica su obra *“Social Responsibilities of the Businessman”* donde encontramos la primera definición formal del concepto de RSC. El autor la definía como las *“se refiere a las obligaciones de los empresarios para aplicar políticas, tomar decisiones o seguir las líneas de acción que son deseables en términos de los objetivos y valores de nuestra sociedad”* (p. 6).

Esta definición fue de gran relevancia puesto que hasta aquel momento sólo se hablaba de filantropía empresarial, es decir, acciones aisladas que llevaban a cabo los dueños de las

empresas y que carecían de vínculo estratégico con el negocio (Paladino y Rocha, 2013). Fueron las contribuciones de Bowen las que darían guía y forma a las reflexiones posteriores, pues su obra puso el foco en la necesidad de asumir que los empresarios eran responsables de las consecuencias de sus acciones, más allá de los objetivos económicos de la empresa.

Sin embargo, este planteamiento no sería aceptado por todos los estudiosos de la época y surgirían detractores de la teoría de la RSC desde sus comienzos. De hecho, Levitt (1958), entre otros, consideraba que la búsqueda de bienestar social no debía condicionar la actuación de las organizaciones afirmando que *“la función de las empresas es producir un continuo alto nivel de utilidades [...] El bienestar y la sociedad no son un asunto de las corporaciones. Su asunto es hacer dinero, no música dulce”* (p. 48).

4.3. DÉCADA DE LOS 60: PROLIFERACIÓN DE DEFINICIONES

Unos años más tarde, en la década de los 60, se inicia una expansión de la literatura sobre la responsabilidad social, iniciándose un proceso de reflexión en el que surgen nuevos planteamientos.

Keith Davis (1960) aportó su propia definición de la RSC afirmando que se trataba de *“las acciones y decisiones de los hombres de negocio, tomadas por razones al menos parcialmente, más allá del interés directo económico o técnico de la empresa”*. Y en su estudio de la materia diferencia dos caras de la RSC: por un lado, la responsabilidad que tienen las organizaciones de obtener beneficios y generar riqueza para su entorno, y por otro, la de desarrollar valores humanos para la sociedad.

Además, junto a Blomstrom, en su obra conjunta *“Business and its Environment”*, Davis desarrolló una definición de responsabilidad social aplicable en la actualidad a todo empresario tal y como recoge Paladino (2006, p.39):

La responsabilidad social es el deber de toda persona de tener en cuenta el impacto de sus actos en todo el sistema social; lo cual implica la necesidad de mirar más allá de lo estrictamente económico o productivo de la empresa, considerando el sistema social en su conjunto. (Davis y Blomstrom, 1966)

Ambos autores coinciden en que la empresa debe valorar las necesidades de la sociedad en la que actúa para intentar responder de manera satisfactoria.

De ahí que Davis (1973) acabara estableciendo lo que denominó como la *Ley de Hierro de la Responsabilidad*, afirmando que *“a largo plazo, los que no usen el poder de tal forma que la sociedad los considere responsables, lo perderán”*. Señalaba, además, que la responsabilidad que las empresas tengan con su entorno tiene que ser proporcional al peso y poder que ejerzan sobre la sociedad en la que desarrollan su actividad.

Es también durante los años 60 cuando se empieza a desarrollar una reflexión académica sobre las obligaciones de la empresa hacia los diferentes grupos de interés a los que afecta su actividad. Y es así como surge por primera vez el término *stakeholder*³ en un memorando interno en el Instituto de Investigación de Stanford en el año 1963, donde se define el concepto como aquellos grupos cuya participación es indispensable para la supervivencia de la organización.

³Stakeholder: palabra del inglés que, en el ámbito empresarial, significa “interesado” o “parte interesada”, y que se refiere a todas aquellas personas u organizaciones afectadas por las actividades y las decisiones de una empresa.

4.4. DÉCADA DE LOS 70: PRECISANDO EL CONCEPTO

Durante la década de los 70, la RSC vive su máximo esplendor hasta el momento, tratándose de una etapa en la que diversos autores tratan de clarificar y acotar el concepto de RSC.

Este creciente interés por la RSC se produce como consecuencia de los movimientos sociales que tienen lugar a lo largo de los años 60 y, especialmente, al final de la década. Una revolución social que no fue privativa de un solo país, sino que se convirtió en un fenómeno global, que, obedeciendo a causas distintas, unió a estudiantes y trabajadores, y que era fruto de la frustración y descontento social que existía en aquel momento. Esto supuso que se fuera desarrollando el conocido sentimiento *anti-business* en el que la sociedad demandaba que las organizaciones introdujeran políticas de acción social, más allá de la ya practicada filantropía.

Se inició, entonces, un debate en torno a la legitimidad de la RSC en el que las diferentes propuestas de los autores de la época se podían dividir en dos grupos: aquellas que se acomodaban al sistema existente y eran reacias a la implementación de políticas de RSC por parte de las empresas, y las visiones más críticas que exigían cambios fundamentales en la manera en la que operaban las organizaciones.

Así, autores como Levitt, cuya opinión hemos recogido al analizar la década de los 50, y Friedman defendían la visión neoclásica de la empresa, señalando que cualquier gasto que esta hiciera en responsabilidad social iba a ser en perjuicio de su objetivo principal de maximización de beneficios. Friedman hablaba de la responsabilidad del gerente de una empresa en los siguientes términos:

Su responsabilidad es dirigir la empresa con arreglo a los deseos de los mismos [dueños], que, por lo general, será ganar tanto dinero como sea posible ajustándose a las normas básicas de la sociedad, tanto las plasmadas en las leyes como las plasmadas en las costumbres éticas. (Friedman, 1970)

De hecho, Friedman, unos años antes ya había calificado a la RSC como una doctrina “*esencialmente subversiva, capaz de socavar los cimientos de nuestra sociedad libre*” (Friedman, 1962) y hablaba de una única responsabilidad de las empresas:

En una economía libre, la empresa tiene una y solo una responsabilidad social: utilizar sus recursos y realizar actividades destinadas a aumentar sus beneficios, siempre que cumpla las reglas del juego, es decir, actuando en competencia libre y abierta, sin fraude ni engaño. (p. 173)

Sin embargo, la postura de Friedman encontraría respuesta inmediata en Anshen (1970) que defendía la existencia de un contrato social implícito entre las organizaciones y su entorno social donde se establecen los objetivos empresariales en base a unas normas que la propia sociedad determina. Esto implicaba, para él, una obligación moral de las empresas con la sociedad y, por tanto, su responsabilidad no podía limitarse exclusivamente a la generación de riqueza.

En la misma corriente de pensamiento, Johnson (1971) establece que una empresa socialmente responsable es aquella que mantiene un equilibrio entre los diferentes intereses del negocio teniendo en cuenta a empleados, proveedores, distribuidores, comunidades locales y la nación. Y Samuelson, Premio Nobel de economía en 1970, consideraba que la RSC era un compromiso al que las empresas debían acogerse de manera voluntaria y convertir en una obligación interna. Lo veía como un pacto social, y defendía una visión inclusiva de la relación entre el rendimiento financiero y la RSC en la que entendía que desatender la responsabilidad social conllevaba una pérdida gradual del poder que una empresa ejerce sobre la sociedad.

Este fue un planteamiento que tuvo mucho éxito, y tras el debate inicial sobre la legitimidad de la RSC, se abrió paso a uno en el que se buscaba la forma de implementarla en las organizaciones. Para ello, se inicia por primera vez un diálogo entre dos tipos de intereses, el

social y el económico, y comenzaron a entrar en vigor acuerdos, pactos y protocolos diversos con el fin de alcanzar un acercamiento de posturas entre los que destaca la labor del Comité para el Desarrollo Económico estadounidense (CED⁴) que, formado en su mayoría por educadores y empresarios, publica en 1970 la obra “*A New Rationale for Corporate Social Policy*”.

Es concretamente en el último artículo de la misma donde Wallich y McGowan señalan que los intereses de los accionistas van más allá del entorno económico y muchos de ellos muestran preocupación por el entorno social (Lee, 2008). En consecuencia, afirman que, a largo plazo y a pesar de que los costes que conlleve, a las compañías les interesa ser socialmente responsables para garantizar su sostenibilidad en el tiempo (Carroll y Shabana, 2010).

Además, llegado este punto, los ciudadanos eran más que conscientes del poder que ejercían las empresas en su entorno, no solo en el ámbito económico, sino también en el político y ecológico, y comenzaron a exigirles transparencia en sus actuaciones y responsabilidades en la toma de decisiones. La RSC no surge, por tanto, como una moda pasajera o como un nuevo modelo empresarial, sino que lo hace como respuesta a una demanda de la sociedad. Y es así como se produce un cambio conceptual relevante a la hora de entender la RSC, introduciéndose un nuevo concepto denominado *Corporate Social Responsiveness*.

Fueron Ackerman y Bauer (1976) quienes defendieron el uso de este nuevo término al que consideraban más adecuado que el de la responsabilidad social puesto que, en realidad, de lo que se trataba era de responder a las exigencias de la sociedad, y no tanto de decidir qué hacer. Consideraban que el término responsabilidad ponía énfasis en la obligación de la empresa en vez de en la acción y ejecución, que era lo realmente importante. En esta misma línea, Frederick (1978) definía la RSC como la obligación que tienen las empresas de trabajar en beneficio del bienestar de la sociedad. Y consideraba que este nuevo concepto de *Corporate Social Responsiveness* tenía un sentido más práctico, pues medía lo capaz que era una empresa a la hora de dar respuesta a las expectativas o presiones sociales.

4.5. DÉCADA DE LOS 80: ETAPA EMPÍRICA

La década de los 80 destaca especialmente por la incorporación de un nuevo elemento en el estudio de la RSC, pues se comienzan a desarrollar investigaciones empíricas. Jones (1980) en su obra “*Corporate Social Responsibility Revisited, Redefined*” planteaba que la RSC no se podía analizar ni investigar al margen de las prácticas empresariales, sino que es un proceso a largo plazo en el que es difícil obtener grandes logros que no sean fruto de las acciones o prácticas.

La realización de estos primeros estudios empíricos del funcionamiento de la RSC, llevó a que surgieran por primera vez los denominados balances sociales. Lo que se pretendía era reflejar y detallar los diferentes costes y beneficios que suponía la actividad social que llevaba a cabo una organización. Se definían de la siguiente manera: “*El balance social es un instrumento de gestión para planear, organizar, dirigir, registrar, controlar y evaluar en términos cuantitativos y cualitativos la gestión social de una empresa pública o privada en un periodo determinado y frente a metas preestablecidas.*” (NTP 687: Responsabilidad social de las empresas: Modelo de Balance Social de ANDI - OIT (I))

Otro aspecto importante en la evolución del concepto de la RSC vino de la mano de Carroll (1983) quien la definió con más detalle, indicando que la RSC supone llevar a cabo un negocio de forma que, además de rentable económicamente, sea también respetuoso con la ley, ético y socialmente solidario. Surge a la vez una nueva visión sobre la RSC que hasta ese momento no se había tenido en cuenta, y comienza a considerarse que las acciones sociales suponen, para la empresa, una inversión más que un gasto. En este sentido, Drucker (1984) sostenía que la

⁴ Del inglés Comitee for Economic Development

empresa debía convertir la RSC en una oportunidad de negocio y esto supuso un proceso de evolución hacia la integración de la actividad que desarrollaba una empresa y las necesidades de la sociedad en la que operaba. Dicho de otra manera, se trataba de convertir un problema social en una oportunidad para aumentar la productividad de la organización.

Durante estos años, destaca especialmente el trabajo de Freeman (1983) quien presenta la teoría de los stakeholders o grupos de interés en su obra "*Strategic Management: A Strategic Approach*", según la cual "la empresa debe atender no sólo a los accionistas sino a todos los grupos o individuos que afectan o son afectados por la actividad, tendente al logro de los objetivos de la compañía". Todos estos grupos o individuos era lo que el definió como stakeholder.

4.6. DÉCADA DE LOS 90: ETAPA ESTRATÉGICA; NUEVOS CONCEPTOS

Es finalmente en la década de los 90 cuando tiene lugar el *boom* definitivo de la RSC y se comienza a hablar sobre una correlación positiva entre la aplicación de acciones sociales por parte de una organización y los resultados financieros de la misma. No es una etapa en la que surjan nuevas definiciones, sino que, a partir de las existentes, se comienzan a desarrollarse nuevos conceptos complementarios como el comportamiento social, la gestión de los grupos de interés o el contrato social.

4.6.1. COMPORTAMIENTO SOCIAL DE LA EMPRESA (CSE)

Como hemos ido viendo, a lo largo de la segunda mitad del siglo XX, la investigación sobre la relación entre las empresas y la sociedad fue poco a poco evolucionando desde un enfoque puramente filosófico a uno en el que era indispensable llevar a la práctica lo estudiado para observar y analizar resultados reales. El concepto de *responsividad* introducido en los años 70 nace para dar respuesta a esta necesidad, sin embargo, no fue suficiente puesto que no tenía en cuenta los objetivos perseguidos por la empresa o las consecuencias de sus acciones.

Surge, de esta forma, el denominado comportamiento social de la empresa o CSE como nuevo campo de estudio que se centraba en analizar y evaluar hasta qué punto una organización había asumido un compromiso con la RSC. Buscaba, además, determinar su capacidad para hacerlo de manera efectiva.

Uno de los autores de esta época como es Paladino (2004) define el CSE como la capacidad de una empresa para satisfacer las demandas de su entorno social por medio de unos principios de responsabilidad social que abarcan las políticas, programas y resultados vinculados con las relaciones que mantiene la empresa con la sociedad. En relación a este concepto considero importante analizar los principios básicos en los que se apoyan las organizaciones socialmente responsables a la hora de diseñar su estrategia de negocio.

4.6.1.1. PRINCIPIOS DE LA RSC

Un principio es aquello que expresa algo básico que la sociedad considera cierto, un valor fundamental que mueve a una persona a actuar de una manera concreta (Wood, 1991) y que, por tanto, condiciona su comportamiento. Los principios son la base sobre la que se construye el modelo de la RSC para cada caso concreto y, por tanto, no serán idénticos para todas las empresas. A continuación, analizaremos los más importantes y que son comunes en las organizaciones que buscan ser socialmente responsables:

- **La transparencia:** se trata del principio a través del cual una organización transmite su forma de actuar a la sociedad de forma que pueda ser juzgada o criticada. La empresa debe proporcionar todos los datos que le sean requeridos por las partes interesadas y, además, el lenguaje empleado debe ser claro y el formato accesible.
- **Las normas:** para que la actuación de una empresa sea considerada socialmente responsable es indispensable que cumpla con una serie de requisitos que son impuestos por agentes externos. Es por eso que una empresa socialmente responsable debe disponer de informes de auditoría en materia de RSC acompañados de certificaciones que corroboren que su comportamiento es conforme a lo requerido.
- **La autoevaluación:** una organización socialmente responsable considera fundamental la evaluación continuada de su actuación en materia de RSC, pues esto le permite extraer conclusiones que proporcionen la información necesaria para detectar aquellos aspectos en los que se requieren cambios.
- **La gestión socialmente responsable:** se trata del conjunto de códigos de conducta, declaraciones de principios, e informes de sostenibilidad que conforman el camino a seguir para lograr los objetivos de RSC.
- **El consumo socialmente responsable:** los grupos de interés demandan ser conocedores de los procesos de elaboración u obtención de los productos y servicios que ofrecen las empresas. Para ello, los canales de comunicación pueden ser diversos, siendo los más comunes las etiquetas que son indicativas de un correcto proceso de elaboración en términos de RSC.
- **Marcos o estructuras de información sobre RSC:** una empresa socialmente responsable tiene la obligación de dar cuenta de sus actuaciones a los diferentes grupos de interés con los que mantiene relación. Para esta labor, dispone de un conjunto de guías y modelos que le permiten informar y comunicar a la sociedad su grado de compromiso en materia de RSC.

4.6.2. GESTIÓN DE LOS GRUPOS DE INTERÉS O STAKEHOLDERS

Aunque ya la hemos nombrado al analizar otras décadas, es importante detenerse nuevamente en la gestión de los grupos de interés o stakeholders, pues esta teoría que se consolidó de la mano de Freeman en 1983, ha tenido una gran influencia en la investigación de la RSC.

Con anterioridad a esta teoría, el foco había estado en tratar de encontrar la manera en que dos ámbitos separados, como son la economía y la sociedad, podrían relacionarse entre sí hasta el punto de que el buen funcionamiento de la empresa dependiera de ello. Lo que determina Freeman es que lo realmente relevante para la supervivencia de la empresa es la manera de gestionar los grupos de interés con los que esta se relaciona a diario, como son los trabajadores, proveedores, clientes, Gobierno, etc. El análisis se centraba, por tanto, en estudiar todas estas relaciones y no los diferentes entornos en los que operaba la empresa. (Lee, 2008)

De esta manera, se llega a la conclusión de que la definición, la aplicación y el alcance de la RSC nunca pueden ser únicos y fijos puesto que el entorno en el que se mueve y los distintos grupos con los que tiene contacto cada compañía son particulares para cada caso. Se trata, por tanto, de un concepto que debe adaptarse a cada situación y surgen para ello subcategorías nuevas como la responsabilidad medioambiental o la sostenibilidad entre otras (Lee, 2008).

Las razones por las que esta teoría genera tanto interés son muchas y diversas, pero las resumiremos en las dos más importantes:

1. Por un lado, esta teoría permite una visión nueva de la empresa, una comprensión plural de la misma en la que la empresa deja de ser exclusivamente del accionista o propietario, o de propietarios y trabajadores, sino que la empresa debe ser entendida desde la pluralidad de agentes, aquellos que afectan o intervienen en ella, y que por tanto la hacen posible, así como desde los pacientes, es decir, los que son afectados por la organización (González, 2007).
2. Por otro lado, llegamos a la conclusión de que entre los diferentes grupos de interés que configuran la empresa se establecen relaciones que no solo se entienden desde la perspectiva del ámbito jurídico o social, sino que también interviene el contrato moral. De esta forma, se determina que, entre los stakeholders existen unas expectativas recíprocas de comportamiento y que, por tanto, los intereses dejan de ser únicamente económicos.

Una vez que una organización haya logrado identificar a todos sus stakeholders, tendrá que determinar, a través del diálogo, qué intereses y valores son comunes a todos ellos y, por tanto, universalizables, qué intereses y valores son exclusivos de cada grupo y, por último, cuales son simplemente intereses particulares. De esta forma, una empresa deberá diseñar una estrategia que satisfaga aquellos valores que comparten todos los grupos de interés, dar una respuesta a los valores propios de cada grupo que no vaya en contra de los anteriores, y atender, en la medida de lo posible, los intereses particulares.

La clave reside en considerar que la empresa conseguirá la legitimidad y credibilidad de sus stakeholders en la medida en que sea capaz de dar una respuesta adecuada a las expectativas de estos, para lo que necesitará encontrar el acuerdo de todos los implicados. Un acuerdo que se considerará como un proceso y no un hecho concreto, y la valoración ética del mismo dependerá de lo cerca que se encuentre a la inclusión de todos sus stakeholders (González, 2007).

Según su tipología los stakeholders se dividen en los siguientes grupos (Moreno, 2015): accionistas o propietarios, empleados, clientes, proveedores, agentes sociales y comunidad local, administraciones públicas y, por último, sociedad en general.

4.6.3. EL CONTRATO SOCIAL

Otro elemento que, aunque ya existía, cobra fuerza en los años 90 es la teoría del contrato social. Se trata de un planteamiento que afirmaba que las empresas no podrían funcionar sin la cooperación y compromiso de la sociedad en la que operaban (Donaldson y Dunfee, 2002). Y a su vez, una sociedad sin empresas, carecería de puestos de trabajo, no progresaría y no sería productiva. Así, la teoría propone una integración entre la empresa y su entorno social que se basa en asumir conscientemente que existe una interdependencia entre ambas.

Entre otros autores a destacar, encontramos a Perrow (1997) que argumentaba que la RSC es un instrumento que facilita la labor de la empresa a la hora de explotar sus posibilidades y, siguiendo la misma línea, Burke y Logsdon (1996), afirmaban que la RSC es una forma de potenciar el nivel competitivo de los negocios. Estos autores coincidían en que, a largo plazo, la implementación de prácticas de RSC supone una mejora en el rendimiento de las empresas.

Y es de esta forma como a partir de los noventa se deja de considerar a la RSC como un instrumento aislado dentro de la empresa, sino que se empieza a aceptar el hecho de que se trata de un elemento que atraviesa transversalmente las diferentes áreas de la organización. En 1996, el abogado Peter Drucker complementó este punto de vista afirmando que *“cada organización debe asumir la plena responsabilidad por el efecto que tenga en sus empleados, en el entorno, en los clientes y en cualquier persona o cosa que toque. Eso es responsabilidad social”*.

5. LA RSC EN EL SIGLO XXI

Las expectativas de la sociedad en cuanto a un comportamiento socialmente responsable por parte de las organizaciones van aumentando significativamente con el paso de las décadas y la entrada en el siglo XXI viene de la mano de una demanda cada vez más exigente por parte de los colectivos de que las corporaciones sean medioambientalmente responsables en lo que se refiere a fenómenos como la degradación forestal, la destrucción de recursos naturales o el cambio climático, a la vez que exigen políticas concienciadas y responsables en cuanto a derechos humanos y laborales. La RSC se convierte en una referencia ineludible a la hora de definir la estrategia empresarial tanto a corto como a largo plazo, a la vez que el sistema se transforma en una realidad práctica en el que las empresas se ven obligadas a replantearse cual quieren que sea su papel en la sociedad (Vélez, 2011).

Durante la primera década del siglo XXI, a pesar de no disponer de una legislación o modelo para el desarrollo de memorias que reflejaran las políticas sociales y ambientales de las organizaciones, estas eran conscientes de que se beneficiaban de la sociedad en la que operaban y que, por tanto, debían de asumir sus responsabilidades y promover un cambio social a fin de mejorar la calidad de vida de su entorno. Además, a medida que han ido incrementando los niveles de competitividad, las empresas se han visto obligadas a introducirse en nuevos territorios y reorientar sus roles.

Es evidente que el empujón que recibió la RSC durante los primeros años del siglo actual fue gracias a la Unión Europea, consideraba, por muchos, como la cuna de la Responsabilidad Social (Echaiz, 2006). Aunque hay numerosos antecedentes que podríamos mencionar al respecto, destacaremos la publicación, el 18 de julio de 2001, del texto cuyo título es *"Fomentar un marco europeo para la responsabilidad social de las empresas"*, más conocido como Libro Verde, aprobado en la Real Acta de Nacimiento de la Responsabilidad Social Corporativa en Europa (Vélez, 2011).

El objetivo del mismo era el siguiente:

Iniciar un amplio debate sobre cómo podría fomentar la Unión Europea la responsabilidad social de las empresas a nivel europeo e internacional, en particular sobre cómo aprovechar al máximo las experiencias existentes, fomentar el desarrollo de prácticas innovadoras, aumentar la transparencia e incrementar la fiabilidad de la evaluación y la validación. Propone un enfoque basado en asociaciones más profundas en las que todos los agentes desempeñen un papel activo. (Libro Verde, 2001)

Es fundamental subrayar que el Libro Verde ha sido trascendental a la hora de movilizar la dinámica de la RSC, pues supone el punto de partida para la fijación de las primeras políticas de gobierno en esta materia. Sus propuestas eran amplias y abarcaban desde fomentar las prácticas empresariales correctas, pasando por asegurar la coherencia entre políticas internas y estándares internacionales, hasta apoyar la adopción de un enfoque basado en el desarrollo sostenible (Libro Verde, 2001).

Entre los aspectos más innovadores del Libro Verde, destaca una visión de la RSC que se apoya en tres pilares básicos:

- **Voluntariedad:** la adopción voluntaria de la RSC como clave del éxito empresarial. Aquí destacaremos que, recientemente, y a medida que ha ido avanzando la institucionalidad de la RSC, su carácter voluntario se ha visto cuestionado, pues evadir la responsabilidad social se ha convertido en un factor discriminador frente a lo social y económico, además de perjudicar la imagen y reputación de la organización.
- **Análisis costo/beneficio:** Las organizaciones deben tener una visión global que les permita analizar las posibles consecuencias de sus actuaciones, tanto a nivel económico, como social y medioambiental, de manera que puedan seleccionar la mejor opción o la más rentable a

todos los niveles. La clave está en lograr satisfacer las necesidades actuales de forma que no se comprometan la supervivencia de la empresa a largo plazo.

- **Gestión social:** se considera fundamental añadir la gestión social a la empresarial. Se trata de una modalidad de gestión que pueden desarrollar organizaciones de todo tipo y que se centra en el fomento de la inclusión social y el desarrollo humano.

5.1. EL PACTO MUNDIAL O GLOBAL COMPACT

La consolidación de la Organización de Naciones Unidas (ONU) como el organismo internacional más activo en la promoción y desarrollo de programas de RSC viene de la mano de la presentación del Pacto Mundial o “Global Compact” en julio de 2000. Se trataba de una iniciativa internacional que pretendía implantar una serie de principios universalmente aceptados, y a la que las empresas podían adscribirse de manera libre. Surgió a petición de Kofi Annan, el entonces secretario de la ONU, como respuesta a la necesidad de crear una red de líderes y empresas que apoyaran los derechos humanos, laborales, del ciudadano y del medio ambiente.

Tal y como afirma la propia ONU, el Pacto Mundial de naciones se define de la siguiente forma:

Una llamada a las empresas a alinear sus estrategias y operaciones con diez principios universales sobre derechos humanos, normas laborales, medio ambiente, y lucha contra la corrupción. En la actualidad, cuenta con la colaboración de más de 9.500 empresas y 3.000 organizaciones, con sede en más de 160 países y más de 70 redes locales, y difunde ampliamente el mensaje de que cualquier tipo de empresa en cualquier parte del planeta—de todos los tamaños y sectores— puede jugar un papel fundamental para mejorar nuestro mundo.

El Pacto Mundial de Naciones Unidas persigue, a día de hoy, dos objetivos principales:

- Promover la incorporación de sus diez principios en el desarrollo de todas las actividades empresariales a nivel mundial.
- Favorecer las uniones y acelerar el desarrollo de las acciones en apoyo de los objetivos más amplios de las Naciones Unidas, incluidos los Objetivos de Desarrollo Sostenible, en los que nos centraremos a continuación.

5.2. OBJETIVOS DE DESARROLLO SOSTENIBLE

El 25 de septiembre de 2015, en la 70ª Asamblea General de las Naciones Unidas, y tras la firma de 193 jefes de Estado y Gobierno, se aprobaba la nueva hoja de ruta del desarrollo internacional. Se trataba de un conjunto de objetivos globales que persigue poner fin a la pobreza, cuidar del planeta y garantizar un futuro próspero para todos como parte de una nueva agenda de desarrollo sostenible. Bajo la denominación de Objetivos de Desarrollo Sostenible (en adelante ODS), se establecía una serie de metas para el año 2030 y se pretendía unificar fuerzas a nivel global para lograr la consecución de un conjunto de aspiraciones comunes.

A diferencia de sus predecesores, los Objetivos de Desarrollo del Milenio (ODM) aprobados 15 años atrás, los ODS se establecían como una llamada de atención universal mucho más explícita y directa a gobiernos, organizaciones y sociedad en su conjunto, para que aplicaran toda su creatividad, innovación y potencial en la búsqueda de soluciones para aquellos retos que se planteaban en cuanto a desarrollo sostenible.

Esta amplia agenda de acción, la más completa y sofisticada jamás diseñada, tenía como objeto lograr una vida digna y oportunidades para todos, y se concretaba en los 17 objetivos que se detallan a continuación:

Cuadro 1

Los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS).

1	FIN DE LA POBREZA	Erradicar la pobreza en todas sus formas y en todo el mundo.
2	HAMBRE CERO	Poner fin al hambre, conseguir la seguridad alimentaria y mejorar la nutrición promoviendo la agricultura sostenible.
3	SALUD Y BIENESTAR	Asegurar una vida saludable y promover el bienestar para personas de todas las edades.
4	EDUCACIÓN DE CALIDAD	Garantizar una educación de calidad inclusiva y equitativa, y promover las oportunidades de aprendizaje permanente para todos.
5	IGUALDAD DE GÉNERO	Lograr la igualdad de género y empoderar a todas las mujeres y niñas.
6	AGUA LIMPIA Y SANEAMIENTO	Garantizar la disponibilidad y la gestión sostenible del agua y el saneamiento para todos.
7	ENERGÍA ASEQUIBLE Y NO CONTAMINANTE	Asegurar el acceso a energías asequibles, fiables, sostenibles y modernas para todos.
8	TRABAJO DECENTE Y CRECIMIENTO ECONÓMICO	Fomentar el crecimiento económico sostenido, inclusivo y sostenible, el empleo pleno y productivo, y el trabajo decente para todos.
9	INDUSTRIA, INNOVACIÓN E INFRAESTRUCTURA	Desarrollar infraestructuras resilientes, promover la industrialización inclusiva y sostenible, y fomentar la innovación.
10	REDUCCIÓN DE LAS DESIGUALDADES	Reducir las desigualdades entre países y dentro de ellos.
11	CIUDADES Y COMUNIDADES SOSTENIBLES	Conseguir que las ciudades y los asentamientos humanos sean inclusivos, seguros, resilientes y sostenibles.
12	PRODUCCIÓN Y CONSUMO RESPONSABLES	Garantizar modos de producción y consumo sostenibles.
13	ACCIÓN POR EL CLIMA	Tomar medidas urgentes para combatir el cambio climático y sus efectos.
14	VIDA SUBMARINA	Conservar y utilizar de forma sostenible los océanos, mares y recursos marinos.
15	VIDA DE ECOSISTEMAS TERRESTRES	Luchar contra la desertificación, la tala incontrolada de bosques, la degradación de las tierras y la pérdida de la biodiversidad.

16	PAZ, JUSTICIA E INSTITUCIONES SÓLIDAS	Promover sociedades pacíficas e inclusivas para el desarrollo sostenible, facilitar acceso a la justicia para todos y crear instituciones eficaces, responsables e inclusivas a todos los niveles.
17	ALIANZAS PARA LOGRAR LOS OBJETIVOS	Fortalecer los medios de ejecución y reavivar la alianza mundial para el desarrollo sostenible.

Nota. Fuente: Página web de Naciones Unidas.

Esta serie de objetivos que, pueden parecer excesivamente ambiciosos, suponen una invitación a participar en la creación de un mundo más sostenible, seguro y próspero para todos. Se trata, por tanto, de un desafío para todos los ciudadanos y, es especial, para las organizaciones, que deben elaborar su estrategia empresarial en base a esta nueva hoja de ruta. Además, son un elemento de gran utilidad para medir y evaluar la actividad no financiera que desarrollan las empresas y que es cada vez más demandada por todas las partes interesadas.

En definitiva, estos objetivos inclusivos, y que no quieren dejar a nadie atrás, pretenden encontrar colaboraciones dentro de un marco de alianzas promoviendo las relaciones laborales basadas en la justicia y libertad, que facilitarían, a su vez, el entendimiento y la paz en todas las naciones y entre ellas.

Cabe señalar que, aunque en estos últimos 6 años ha habido cierto progreso, en general, las decisiones y acciones destinadas a alcanzar los ODS no acaban de desarrollarse a la velocidad ni escala necesarias para su consecución. Además, el pasado año 2020, que debía marcar el inicio de una década de acción ambiciosa, se topó con un obstáculo inesperado como fue la crisis sanitaria provocada por la COVID-19.

5.3. LA CIUDADANÍA CORPORATIVA Y REPUTACIÓN CORPORATIVA

Ya desde la década de los 90, y especialmente durante estos primeros años del siglo XXI también ha ido adquiriendo importancia una nueva forma de concebir las organizaciones. Al igual que un ciudadano, por medio de sus derechos y deberes se vincula y relaciona con el territorio y la sociedad en la que vive, las empresas han comenzado a considerarse como sujetos sociales además de sujetos económicos, o dicho de otra forma, como ciudadanos corporativos.

De esta forma, según el Banco Mundial (BM), la Ciudadanía Corporativa (en adelante CC) es un concepto que se fundamenta en el reconocimiento de que las empresas tienen derechos y responsabilidades como cualquier ciudadano, y estas no se limitan a maximizar los beneficios en el corto plazo.

Otra definición que encontramos de este concepto es la del Foro Económico Mundial⁵, que define la CC como *“la contribución que hace una compañía a la sociedad a través de sus principales actividades, inversiones sociales, programas filantrópicos y su compromiso con las políticas públicas”*. Y la Comisión Europea (Libro Verde, 2001) la define como *“la gestión de la totalidad de las relaciones entre una empresa y sus comunidades de acogida, a nivel local, nacional y mundial”* (p. 24).

Lo que es evidente es que las empresas no son entidades aisladas, personas jurídicas que operan con independencia de la sociedad, sino que forman parte de la comunidad en la que

⁵ Organización internacional sin ánimo de lucro y con sede en Ginebra (Suiza) comprometida con la mejora del estado del mundo mediante la participación de las empresas, la política, la academia y otros líderes de la sociedad para dar forma a las agendas globales, regionales y de la industria.

desarrollan su actividad. La CC no es algo complementario e independiente de la gestión empresarial, sino que forma parte de la filosofía de la empresa. Se trata de un compromiso ético que tiene como objetivo desarrollar el negocio de forma socialmente responsable, asumiendo la trascendencia de todos los actos de la empresa, en lo social, productivo, y ecológico.

La importancia que cobra la CC en estas últimas décadas se debe fundamentalmente a la integración que Waddock (2004, p.9) hace de la teoría de los stakeholders en la RSC, de manera que concreta su definición como *“las estrategias y las prácticas operativas que una compañía desarrolla en la operacionalización de sus relaciones y el impacto en los stakeholders y su ambiente natural”* (Otálora, 2016).

Además de los beneficios que supone la CC en el ámbito social y medioambiental, cabe destacar otro aspecto fundamental y que es de vital importancia para las empresas. Se trata del impacto que tiene sobre la reputación corporativa de las organizaciones, y se debe a que la sociedad forja una parte importante de su opinión sobre una determinada compañía en función de sus actuaciones sociales y de su nivel de compromiso con su entorno. La Reputación Corporativa se puede definir como la imagen general que el público percibe de una compañía a lo largo del tiempo (Capriotti, 2006).

En la actualidad, las empresas son conscientes de que la reputación corporativa es un factor crítico para la sustentabilidad del negocio y es por esto que se dedican a construirla y cuidarla a diario como su activo más valioso. En otras épocas, era la propia productividad de la empresa, o la calidad de sus productos lo que determinaba la imagen que la sociedad tenía de ella, y esto era suficiente para que generar credibilidad y fidelidad en los mercados. Hoy en día, sin embargo, la CC es un proyecto de vida empresarial, un rasgo que debe estar presente en las intenciones, actuaciones y especialmente, en los resultados.

De acuerdo a Weber (2008), el efecto positivo que supone la adopción de la CC por parte de las empresas se ve reflejado en la mejora de su imagen y reputación y el acceso a un nuevo sector del mercado que corresponde a clientes sensibles a las iniciativas socialmente responsables, además de la reducción de riesgos que supone evitar escándalos.

Así, la CC, además de considerarse en una obligación moral de las empresas, también se convierte en una respuesta estratégica y una herramienta de adaptación a la hora de hacer frente a un entorno cambiante. De esta forma, su implantación dentro de las organizaciones no se hace con un fin promocional, sino que pasa a formar parte de la estrategia corporativa permitiendo a las empresas afrontar la nueva realidad social con mayores posibilidades de éxito (Capriotti, 2006).

6. RSC EN EL SECTOR FINANCIERO O BANCARIO

Hasta la década de los 90, se consideraba que las entidades financieras formaban parte de un sector neutral pues se entendía que su papel como intermediadores entre unidades excedentarias y deficitarias de recursos financieros tenía nulo o escaso impacto medioambiental y social. Sin embargo, las malas prácticas que les han caracterizado en los últimos años han tenido efectos sobre la estabilidad financiera y económica mundial, sobre la eficiencia y la productividad, y sobre la seguridad y credibilidad en el sistema financiero cuya base es la confianza y la transparencia.

Esto ha propiciado la aparición de directrices de RSC aplicables a toda la industria de servicios financieros, con el objetivo de prevenir dichas prácticas y corregir las externalidades⁶ en materia social y medioambiental que estos comportamientos puedan tener en el desarrollo económico.

Es necesario tener presente la naturaleza del negocio bancario, pues esta se basa en su gran capacidad de decisión sobre quién tiene acceso al crédito, a qué precio, con qué nivel de riesgo y qué actividades o proyectos se financian. Como parece evidente, esto implica una gran responsabilidad en el desarrollo de las comunidades y en la lucha contra las desigualdades sociales y se considera necesario, por tanto, además de beneficioso para la economía en general, que las entidades financieras rindan cuentas sobre sus decisiones de manera que se garantice una actitud responsable por parte de las instituciones (Decker 2004). Por otro lado, Argandoña (2009) afirma que la actividad del sistema financiero proporciona a los agentes económicos posibilidades de elección y, por tanto, contribuye a un aumento de su bienestar social. La conclusión evidente es que los fondos captados y prestados cumplen una labor con gran impacto social, la de fomentar la inversión y el ahorro, y con ellos el crecimiento económico.

Como ya hemos visto con anterioridad, el concepto de RSC y sus dimensiones varían en función de las características particulares de cada sector (Decker, 2004). Por este motivo, es necesario analizar primero las particularidades del sector financiero, así como su evolución, para comprender el comportamiento, las dimensiones y el alcance de la RSC en este sector.

6.1. LAS FUNCIONES DEL SECTOR FINANCIERO: CLAVE PARA EL DESARROLLO

En palabras de Bodie y Merton (1999), las finanzas analizan la forma en que la gente asigna recursos escasos a través del tiempo, y el coste o beneficio de las decisiones financieras tienen dos características principales:

1. Se distribuyen a lo largo del tiempo.
2. Ni aquellos que toman las decisiones ni el resto de los agentes implicados suelen conocerlos con seguridad de forma anticipada.

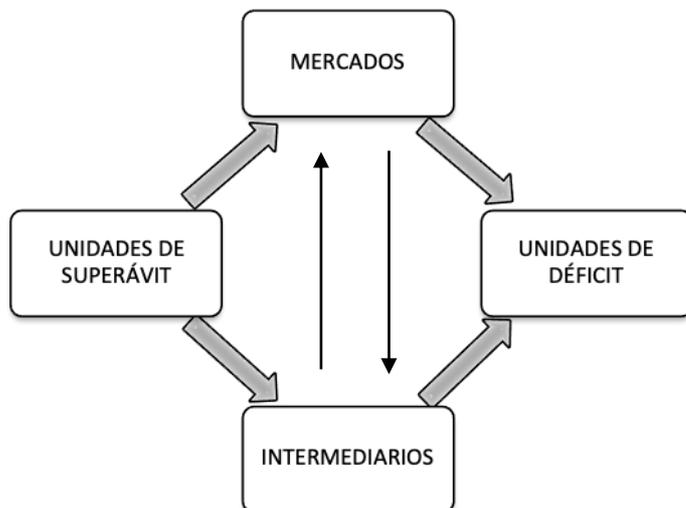
Calvo et al. (2014) afirma que *“el sistema financiero de un país está formado por el conjunto de instituciones, medios y mercados cuyo fin primordial es canalizar el ahorro que generan las unidades de gasto con superávit, hacia los prestatarios o unidades de gasto con déficit”* (p.1) tal y como refleja la Figura 2. De ahí, que el sector financiero sea clave para el funcionamiento

⁶ Situación en la que los costes o beneficios de producir o consumir un bien o servicio no se reflejan en su precio de mercado, es decir, efectos secundarios (buenos o malos) que se producen cuando una persona o una empresa realiza una actividad y no asume todos los costes de la misma, o todos los beneficios que le podría reportar.

del resto de la economía, además de ser vital en el avance económico y social, pues nos encontramos ante el principal responsable de la redistribución de los recursos financieros.

Figura 2

Flujo de fondos.



Nota. Fuente: Bodie y Merton (1999).

Para el desarrollo eficiente de su función fundamental, el sistema financiero debe garantizar una distribución eficaz de los recursos financieros, lo que supone que debe proporcionarlos al sistema económico no solo en volumen y cuantía adecuados, sino también en naturaleza, plazos y costes apropiados.

El desarrollo financiero consiste en la fundación y expansión de instituciones, instrumentos y mercados que apoyen el proceso de inversión y el crecimiento económico. Para ello, los bancos y otros intermediarios financieros realizan una serie de funciones como son transformar el ahorro en inversión, supervisar dichas inversiones, asignar fondos y diversificar el riesgo (Montoya, 2016). A mayor grado de desarrollo financiero, el desempeño del sector será de mayor calidad, reduciendo los costes de adquisición de información y realización de intercambios y mejorando la evaluación y selección de proyectos de inversión, lo que fomentará el crecimiento económico.

Los principales factores de los que depende el crecimiento económico sostenible a largo plazo son el incremento de las tasas de capital físico y humano, el empleo eficiente de los activos resultantes y el acceso universal a los mismos. El sector financiero desarrolla un papel fundamental en este proceso puesto que es, precisamente, la intermediación financiera la que permite movilizar el ahorro familiar y extranjero hacia la inversión empresarial, posibilitando la asignación productiva de los recursos, diversificando el riesgo y proporcionando liquidez con el objetivo de que las empresas puedan utilizar de manera eficaz su nueva capacidad (Fitzgerald, 2007).

Además, cuanto mayor sea el flujo de fondos canalizados hacia una inversión productiva y mejor se adapte a las necesidades individuales, mayor será también el nivel de eficiencia del sistema financiero. Concretamente, las cuatro funciones específicas que realizan los sistemas financieros y que afectan directamente al crecimiento económico son las siguientes:

1. **Movilizar y agrupar el ahorro:** este proceso implica mover el capital desde los ahorradores hacia los inversores. Un mayor número de estos últimos supondrá que los

procesos productivos de economías de escala ganen en eficiencia al permitir la adopción de mejoras tecnológicas.

2. **Facilitar la diversificación y la reducción de riesgos:** ante la escasez de información y los costes de transacción, los mercados financieros facilitan la gestión de los riesgos específicos de las inversiones, así como el riesgo de liquidez:
3. **Asignación de recursos:** los ahorradores particulares no disponen de la información ni de los conocimientos necesarios para determinar la fiabilidad de una empresa y sus gestores. Son los mercados financieros y los intermediarios los que adquieren y procesan esa información para identificar las mejores alternativas de inversión. De esta forma, a la hora de asignar recursos se podrá determinar en base a esa información quienes son los emprendedores mejor preparados y las mejores tecnologías de producción.
4. **Control corporativo:** la estructura financiera no sólo permite analizar información ex ante, y determinar cuál es la mejor inversión, sino que, además, es capaz de reducir los costes vinculados a los problemas de información ex post, tras haber financiado una determinada actividad. Los mercados financieros realizan una función de supervisión de la labor de los administradores y ejercen control sobre las empresas tras proveer financiación.

Aunque el papel fundamental que desempeña el sistema financiero en el desarrollo económico parece evidente a día de hoy, no ha sido hasta hace bien poco que se ha comenzado a tenerse en cuenta por parte de los economistas. De hecho, el primer autor que habla de una relación positiva entre el desarrollo financiero y el crecimiento económico es Schumpeter (1911) quien señalaba la relación existente entre el desarrollo financiero y el real, estableciendo la intensificación financiera (desarrollo de los mercados, amplia red de intermediarios y variedad de instrumentos financieros) como condicionante del desarrollo. Este autor consideraba que el buen funcionamiento de los bancos estimulaba la innovación tecnológica, pues identificaba y financiaba a los empresarios con mayor preparación que eran los que creaban productos novedosos y descubrían mecanismos de producción más eficientes. En la misma línea, autores como Bagehot (1873) y Hicks (1969) fueron firmes defensores del papel fundamental que tuvo el sistema financiero en la industrialización de Inglaterra, pues facilitó el movimiento de capital para la financiación de grandes obras (Montoya, 2016).

Por otro lado, Robinson (1952), a diferencia de los autores anteriores, defendía la idea de que es el propio desarrollo económico genera unas necesidades concretas de mecanismos de financiación, y el sistema financiero responde de manera automática a esa demanda. De cualquier manera, tanto el razonamiento teórico como el análisis empírico evidencian una relación esencial y positiva entre el sistema financiero y el desarrollo económico, aunque los canales, e incluso la dirección de causalidad, siga sin resolverse.

Es concretamente Levine (2000) quien determina que el crecimiento se apoya principalmente en la calidad y accesibilidad de los servicios financieros, al margen de quien los provea. Esa responsabilidad, en países con gran intermediación bancaria, como España, recaerá en los bancos, cajas de ahorro y cooperativas de crédito, pues intermedian el 95,5% de los flujos financieros de la economía. Además, si el objetivo es que el desarrollo sea sostenible, la responsabilidad de las entidades bancarias se extenderá al ámbito social y medioambiental (De la Cuesta, 2006).

En este sentido, las entidades financieras, en su función de intermediarios, cumplen una función particularmente importante en términos de sostenibilidad, pues actúan como evaluadores de riesgos, y permiten conocer y valorar los riesgos financieros, sociales y medioambientales de un cliente, posibilitando la reducción de asimetrías de información en el mercado crediticio y financiero. También conviene tener en cuenta que, aunque la intermediación financiera genera externalidades que suelen tener un carácter positivo como son

la provisión de información y la liquidez, también pueden ser negativas cuando se producen crisis financieras sistemáticas, que son endémicas en los sistemas de mercado (Montoya, 2016).

6.2. EVOLUCIÓN DEL SECTOR FINANCIERO

Repasar brevemente la evolución del sector financiero en las últimas décadas nos permitirá entender mejor el porqué de la transformación que ha sufrido, así como el papel fundamental que desempeña en el cambio social a nivel mundial.

Sabemos que el sector bancario, en general, y el español, en particular, han ido evolucionando debido a los diversos cambios sociales, económicos, políticos, institucionales y tecnológicos que se han producido en las últimas décadas. Esto ha supuesto una transformación del modelo de negocio tradicional en el que las entidades se encontraban ligadas al territorio en el que operaban y eran objeto de una fuerte regulación de las condiciones financieras. Fruto de la liberalización que tiene lugar en la década de los 80, se produce el primer gran cambio del modelo bancario, lo que conlleva un aumento de la competencia entre bancos y cajas a nivel nacional e internacional, la aparición de nuevos productos y un margen financiero cada vez más estrecho (Roldán y Caro, 2015).

Estos cambios se materializan en un proceso de especialización de la banca durante los años 90 en el que las entidades tratan de reducir costes con el fin de compensar el estrechamiento de los márgenes. Además, las fusiones suponen un aumento de las cuotas de mercado y el modelo que empieza a prevalecer es aquel que busca la eficiencia y coloca en el centro del negocio al cliente (Roldán y Caro, 2015).

Con la entrada en el siglo XXI comienza una etapa que se ha caracterizado por los continuos avances tecnológicos y la consolidación de internet ha supuesto grandes cambios para el sector financiero, dando lugar a un nuevo modelo bancario donde las entidades financieras que carecen de presencia física compiten con las tradicionales. Esto ha provocado que los principales objetivos del sector sean la generación de valor añadido, el asesoramiento personalizado del cliente y la búsqueda de su fidelización (Roldán y Caro, 2015).

El último gran cambio en el modelo bancario se produce a raíz de la crisis mundial que se inicia en 2007 cuando el estallido de la burbuja inmobiliaria estadounidense se extiende al resto de sectores de la economía dando lugar a una etapa de recesión internacional que acaba deprimiendo las principales economías mundiales, erosionando gravemente el comercio exterior, el empleo, y el PIB. (Cuadrado, Romo y Rubio, 2010; Calvo Hornero, 2008).

Esta crisis financiera, que se prolonga hasta 2014, ha puesto de manifiesto la gran importancia del papel que desempeña el sistema bancario sobre la economía en la que desarrolla su actividad y ha evidenciado que su actuación repercute enormemente en la comunidad y su entorno.

6.3. CRISIS FINANCIERA EN ESPAÑA

La declaración, en septiembre de 2008, de la primera gran crisis financiera y económica del XXI, dio paso a un proceso de reflexión colectiva acerca de las implicaciones y consecuencias humanas, sociales y éticas de las operaciones financieras y bancarias. Curiosamente, hasta entonces, la atención que se le había prestado a las posibles consecuencias de la opacidad con la que se estaba sofisticando el sistema financiero había sido mínima, tanto a nivel moral como económico. De hecho, los propios organismos reguladores reconocieron su incapacidad a la hora de prever y controlar los efectos que tendrían los productos que habían autorizado y puesto en circulación.

En el caso concreto de España, y a diferencia de otros países, la crisis tuvo un carácter más tradicional, pues se produjo por una excesiva expansión crediticia del sector inmobiliario. A lo largo de esa etapa de expansión, el sector financiero fue acumulando una serie de vulnerabilidades que se destaparon con el estallido de la crisis (Carrascosa y Delgado, 2014):

- Sobredimensionamiento en balance, sucursales y empleados.
- Excesivo volumen de activos inmobiliarios en el balance que, cuando estalló la burbuja, resultaron fallidos.
- La naturaleza jurídica de las cajas de ahorro derivó en problemas estructurales como la falta de gestión profesional y la excesiva influencia política.
- Las carencias del marco legislativo quedaron en evidencia ante la dificultad para disponer de las herramientas necesarias en la gestión de la crisis.

Las consecuencias fueron especialmente graves:

- Los interrogantes acerca de la calidad y solvencia de los activos del sector se extendieron rápidamente. La consecuente crisis de liquidez y la contracción del mercado mermaron enormemente la capacidad del sector para financiarse.
- El excesivo riesgo inmobiliario que habían asumido las entidades financieras obligó a una recapitalización de las mismas para fortalecer sus balances dañados. Para ello, buscaron en los productos híbridos, como las participaciones preferentes, el medio para esa ampliación de capital, que colocaron a ahorradores inexpertos sin la debida transparencia.
- Esa reflexión sobre la necesidad de evaluar los riesgos sociales de los productos financieros no acababa de calar en España y miles de familias vieron mermados e inmovilizados sus ahorros en activos altamente devaluados y carentes de liquidez. Esto se daba, además, en una situación de decrecimiento del PIB, de aumento del desempleo y de sobreendeudamiento generalizado.

Quedó demostrado, por tanto, que el sistema bancario es el motor económico y necesita ser plenamente consciente de que la salud del sector financiero y, en consecuencia, la de toda la economía de un país depende de que de la realización eficiente de su función (Argandoña 2009). Los impactos económicos, ya sean positivos o negativos, tienen su traducción simultánea en impactos sociales. Lo que la crisis puso de manifiesto es que para alcanzar un desarrollo económico sostenible y justo, es de vital importancia un comportamiento responsable por parte de las instituciones que se encargan de decidir dónde invertir, a quién financiar y las condiciones en las que se realizan estas operaciones. No es de extrañar, por tanto, que el impacto social del sector financiero sea superior al de otras actividades y que requiera de una atención especial en materia de RSC.

6.3.1. CRISIS DE CONFIANZA EN EL SECTOR BANCARIO

La base sobre la que se fundamenta el sector bancario es la confianza de los agentes⁷, de hecho, se trata de la industria más apalancada en una economía, y el porcentaje del balance que representa su capital es muy inferior al de las empresas del sector real. La consecuencia más evidente es la imposibilidad para funcionar sin la existencia de confianza en su viabilidad, sobre todo cuando consideramos que un porcentaje muy importante de sus pasivos son depósitos de particulares, es decir, ahorro minorista que, por lo general, busca la custodia de sus finanzas y la gestión de sus cobros y pagos (Carrascosa y Delgado, 2014).

⁷ Toda persona física o jurídica que participa de algún modo o en alguna parte del proceso de una actividad económica.

Además, el sector financiero constituye un parte esencial del capital social⁸ al que se considera uno de los motores más potentes del cambio social, por lo que será de vital importancia que el cliente que deposita sus finanzas en una entidad tenga la creencia de que esta va a realizar operaciones en su nombre de una forma responsable y conveniente para sus intereses.

La fuerte crisis de confianza que ha sufrido el sector financiero a raíz de la crisis financiera ha puesto en entredicho su reputación, pues se le acusa de ser el gran culpable de la recesión económica que se inició en España en 2008 (Bravo et al., 2011), señalando, de manera concreta, al funcionamiento deficiente de los gobiernos corporativos de los bancos como uno de los motivos principales (De Andrés y Vallelado, 2008).

El descrédito de las entidades resulta de los escándalos derivados de comportamientos poco éticos e irresponsables de algunas entidades. En consecuencia, su imagen se ha visto gravemente perjudicada, y el modelo de negocio que gira exclusivamente entorno a la obtención de rentabilidad financiera ha sido objeto de críticas (Friedman 1970), pues su vulnerabilidad y carencias se han visto destapadas a la vez que las demandas sociales sobre el comportamiento de las empresas han ido evolucionando. De hecho, esa pérdida de confianza ha ido acompañada de un incremento de la conciencia social de todas las partes interesadas, que ha evidenciado la necesidad de herramientas más eficaces a la hora de evaluar las prácticas empresariales. Esto ha motivado que las entidades se interesen especialmente en los beneficios que la gestión de su RSC puede reportarles, hasta el punto en el que el sector financiero se ha convertido en una de las industrias más proactivas en la gestión responsable de su actividad (McDonald y Rundle-Thiele, 2008).

Tal y como afirmaba Mark Carney, gobernador del Banco de Inglaterra desde 2013 hasta 2020, cuando la confianza de los stakeholders desaparece la única vía para recuperarla es una transformación desde las propias entidades financieras. Tras su elección sugería que la integridad de los bancos no puede comprarse ni ser objeto de legislación, sino que tiene que ser una iniciativa propia, pues lo que se quiebra no es algo cuantificable, sino un activo intangible responsable del éxito del vínculo entre el sector financiero y la economía real (Carbó, 2014).

Lo que parece evidente es que, en periodos de crisis, una buena imagen corporativa en cuento a la implicación social conseguirá mejorar la voluntad de la sociedad hacia la empresa (Dean, 2004). Esto tiene sentido si tenemos en cuenta que la ausencia de políticas en materia de RSC es considerada como el principal desencadenante de los problemas financieros, mientras que la gestión responsable permite reducir los impactos negativos en periodos de recesión (Selvi et al., 2010).

Ya desde finales de los 90, todo tipo de empresas, donde se incluían los bancos, habían comenzado a incorporar en sus memorias anuales algunos párrafos dedicados a aportar información sobre aspectos no financieros del negocio y que iban dirigidos a explicar aquellas iniciativas que estaban adoptando en materia de RSC. Pero es esta situación de pérdida de confianza por parte de los diferentes agentes en el sector bancario, el que lleva a los bancos a publicar memorias de sostenibilidad, pues encuentran en este ejercicio una oportunidad de mejorar su imagen y recuperar la reputación mientras colaboran en la mejora del entorno que en el que operan (Alonso et al., 2016).

Y esa es precisamente la idea clave que ha transformado el modelo de banca en los últimos años. Un modelo que se apoya en unos principios basados en la ética y la responsabilidad social a través de la incorporación de políticas de RSC en el diseño de su estrategia de negocio. Esa modalidad bancaria no se considera algo novedoso en el sector, pues las cajas de ahorro y cooperativas de crédito han destinado tradicionalmente parte de sus beneficios a la obra social. Sin embargo, con la reestructuración bancaria que precipitó la crisis, el número de este tipo de

⁸ Evalúa la capacidad de transformación y mejora de los diferentes colectivos sociales.

entidades se ha visto reducido y la labor social que ejercen las que siguen operando, ha cobrado si cabe una mayor importancia.

6.4. DIMENSIONES DE LA RSC EN EL SECTOR BANCARIO

Las diferentes dimensiones en las que se desarrolla la RSC en el ámbito bancario las analizamos a continuación (Sarro et al., 2007):

- **Financiera:** se trata de maximizar la rentabilidad de la empresa de manera que produzca un incremento de valor en las acciones, se genere riqueza y se favorezca la creación de empleo.
- **Corporativa:** el objetivo es la transparencia de información de la actividad de la empresa e implementar políticas de buen gobierno corporativo con el fin de evitar la corrupción.
- **Recursos humanos:** el cuidado y la formación del personal es fundamental para mantenerlo comprometido con los objetivos de la empresa. Esto aumentará su productividad lo que supone un valor añadido para la compañía.
- **Medio ambiente:** la empresa debe garantizar un uso sostenible de los recursos naturales de los que dispone de manera que se respete el medio ambiente en el que actúa.
- **Social:** parte de los beneficios que obtiene la empresa gracias a la utilización de sus productos y servicios por parte de la ciudadanía se deben revertir a la sociedad en forma de inversión en proyectos de acción social.

Por otro lado, para De la Cuesta (2004) la implementación de políticas de RSC en el sector financiero ha tomado dos direcciones que se pueden diferenciar como responsabilidad social interna y responsabilidad social externa o comercial:

- La aplicación en sus operaciones internas (**RS interna**): se trata de la búsqueda de la responsabilidad ambiental y social a través de iniciativas ambientales como pueden ser el reciclaje o utilización de energías renovables o programas sociales como el patrocinio de actividades culturales y educativas, así como la mejora de las condiciones en materia de recursos humanos.
- La integración en la intermediación financiera y la gestión de los activos (**RS externa o comercial**): se trata de tener en cuenta los aspectos ambientales y sociales a la hora de ofrecer un servicio o diseñar un producto, en la política de crédito e inversión, en lo referente a asunción de riesgos, etc. Dentro de la responsabilidad comercial encontramos los depósitos éticos o la evaluación que realizan algunas entidades sobre los impactos sociales y ambientales de la actividad de las empresas que solicitan financiación.

6.5. CRITERIOS ESG: LA INVERSIÓN SOCIALMENTE RESPONSABLE

Para lograr un desarrollo sostenible, es decir, crecer satisfaciendo las necesidades actuales sin comprometer las capacidades futuras, es de vital importancia intentar reducir al máximo las consecuencias negativas del crecimiento económico, tanto en el plano medioambiental como social. Además, para cumplir con los ODS explicados en el punto 5.2. es indispensable la colaboración de toda la sociedad, y los inversores, en concreto, desarrollan un papel especialmente importante, ya que a través de la inversión socialmente responsable se contribuye indirectamente a la consecución de los citados objetivos. Esto se debe a que las empresas con estas políticas podrán captar una mayor financiación y serán competitivas cuyo resultado final es el beneficio de la humanidad.

Aunque la crisis de confianza haya sido el principal motivante para que el sector bancario haya comenzado a priorizar la incorporación de políticas en materia de RSC, existen otros elementos como la globalización, la desregulación, la innovación financiera y los avances tecnológicos que han provocado una creciente homogeneización de las entidades, de tal forma que la sociedad ha dejado de percibir diferencias sustanciales entre las distintas empresas.

Esta necesidad de incluir nuevas variables de diferenciación para conseguir destacar con respecto a los competidores, unida a la imparable apuesta por la sostenibilidad, ha empujado a las entidades a considerar unos criterios concretos que a día de hoy son la referencia de la inversión socialmente responsable o ISR.

Estos criterios denominados ESG (siglas en inglés de ambiental, social y buen gobierno) se refieren a factores ambientales, sociales y de gobierno corporativo y se han convertido en parámetros sostenibles fundamentales a tener en cuenta para los beneficios de cualquier compañía, pues son la hoja de ruta para conseguir un mayor compromiso con la sociedad y, en consecuencia, mayor rentabilidad.

Los criterios ESG, tal y como los describe Iberdrola (2022) abarcan los siguientes aspectos:

- El factor ambiental (E): los criterios medioambientales tienen en cuenta el impacto de las empresas en el entorno ambiental, y miden su contribución e implicación a la hora de reducir los impactos negativos del desarrollo de su actividad. La información concreta que se evalúa son las emisiones de gases de efecto invernadero o GEI, la protección de la biodiversidad o la utilización de energías renovables entre otros.
- El factor social (S): los criterios sociales miden el grado de implicación de las organizaciones con su entorno social que abarca desde empleados y clientes hasta la comunidad en general. Estos aspectos, que reflejan los valores corporativos de las empresas, pueden ser la creación de puestos de trabajo, la seguridad de sus prácticas empresariales, el fomento de la igualdad o la protección de colectivos desfavorecidos.
- El factor de gobierno (G): se trata de los criterios que evalúan las herramientas de gobernanza de las empresas, los procesos de toma de decisiones y el reparto de responsabilidades, además de los mecanismos de control que velan por el cumplimiento de los códigos de conducta internos.

Estos criterios se consideran los elementos básicos a tener en cuenta a la hora de realizar una inversión responsable y son una herramienta de evaluación de calidad de las empresas, y una forma de definir su responsabilidad con la sociedad (Santander, 2022). La relevancia de los factores ESG recae sobre la noción de que crear valor para todas las partes interesadas, supone un aumento de probabilidades de éxito de las inversiones (Iberdrola, 2022).

6.6. STAKEHOLDERS EN EL SECTOR FINANCIERO

Hay que considerar que en el ámbito bancario se produce una circunstancia curiosa, y es que clientes y proveedores coinciden en buena medida, pues aquellos que proveen los fondos, se convierten a la vez en clientes de los servicios financieros de la entidad.

Otra circunstancia que se da en el ámbito bancario es el conflicto de intereses que se produce cuando la excesiva ambición a la hora de maximizar el beneficio para los accionistas se traduce en el empleo de prácticas irresponsables que desencadenan en crisis financiera poniendo en riesgo a los clientes y usuarios de la entidad, además de a la sociedad en su conjunto (Pérez-Ruiz y Rodríguez-del Bosque, 2012).

En lo que respecta al medioambiente y a los ciudadanos, a simple vista, puede parecer que el sector financiero no está sometido a grandes riesgos puesto que se trata de empresas de servicios limpios que se encargan de distribuir dinero (De la Cuesta, 2006). Ahora bien, la discrecionalidad de los intermediarios financieros a la hora de seleccionar inversiones supone asumir riesgos financieros, pero también éticos, sociales y medioambientales.

De esta forma, cuando un banco decide financiar un proyecto determinado, está haciendo partícipe de sus consecuencias e impactos sociales y medioambientales, sea positivos o negativos, a accionistas y acreedores que han depositado su confianza en él. Y, por tanto, la obligación de informarles sobre las características de dicho proyecto será de carácter económico, pero también ético y moral.

6.7. PRINCIPIOS PARA LA BANCA RESPONSABLE

El 22 de septiembre de 2019, un grupo de 30 bancos líderes de todo el mundo firmaron los Principios para la Banca Responsable, que habían sido desarrollados por medio de una colaboración innovadora entre los propios bancos y la Iniciativa Financiera del Programa de las Naciones Unidas para el Medioambiente o UNEP FI en sus siglas en inglés. A día de hoy, ya son alrededor de 300 entidades las que han refrendado estos principios, que suponen casi el 50% de los activos bancarios mundiales (UNEP FI, 2022).

Estos seis principios establecen el papel y la responsabilidad del sector bancario en la configuración de un futuro sostenible, así como en la alineación con los ODS y el Acuerdo Climático de París⁹. A continuación, se detalla cada uno de ellos tal y como los describe UNEP FI (2019):

- Principio 1. **Alineamiento.** Alinear la estrategia comercial para que sea coherente y contribuya a las necesidades de las personas y los objetivos de la sociedad, tal como se expresa en los ODS, el Acuerdo Climático de París y los marcos nacionales y regionales relevantes.
- Principio 2. **Impacto y establecimiento de objetivos.** Aumentar continuamente los impactos positivos mientras se reducen los impactos negativos y se gestionan los riesgos para las personas y el medio ambiente que resultan de las actividades, productos y servicios. Con este fin, establecer y publicar objetivos donde se puedan tener los impactos más significativos.
- Principio 3. **Clientes y consumidores.** Trabajar de manera responsable con los clientes y los consumidores para fomentar prácticas sostenibles y permitir actividades económicas que generen prosperidad compartida para las generaciones actuales y futuras.
- Principio 4. **Partes interesadas.** Consultar, participar y asociarse de manera proactiva y responsable con las partes interesadas relevantes para lograr los objetivos de la sociedad.
- Principio 5. **Gobierno y cultura.** Implementar el compromiso con estos Principios a través de un gobierno efectivo y una cultura de banca responsable.
- Principio 6. **Transparencia y responsabilidad.** Revisar periódicamente la implementación individual y colectiva de estos Principios y ser transparentes y responsables de los impactos positivos y negativos y de la contribución a los objetivos de la sociedad.

⁹ Tratado internacional sobre el cambio climático jurídicamente vinculante que fue adoptado por 196 partes en París y entró en vigor en 2016 con el objetivo de limitar el calentamiento global por debajo de 1,5 grados centígrados.

6.8. BANCA TRADICIONAL VS. BANCA ÉTICA

La crisis financiera que se inicia en 2008 con la caída de Lehman Brothers y cuyos efectos permanecen a día de hoy, dejó claro que las regulaciones estrictas por la que se regían las entidades financieras no eran suficientes para evitar el desastre, de hecho, los bancos no habían actuado ilegalmente, sino que habían exhibido falta de moralidad en sus prácticas. Es por esto que introducir nuevas restricciones no será suficiente para evitar que en el futuro se repitan los errores del pasado. Si queremos que la actitud hacia las finanzas sea más humanista, tendremos que educar en ese sentido y dirigir la práctica hacia las finanzas sociales (Benedikter, 2011).

En ese sentido, varios pequeños bancos han elegido un modelo diferente de negocio, donde el beneficio es considerado como un medio para un fin, no como un fin en sí mismo. Se trata de la banca ética, proactiva en la creación de un mundo sostenible y que debería servir de referente e inspiración para el sector bancario en su conjunto (Scheire y Maertelaere, 2009).

De esta manera, en la actualidad, el sistema financiero español lo componen dos subsectores: uno mayoritario, la banca tradicional, que incluye a bancos, cajas de ahorro y cooperativas de crédito, y otro minoritario, donde encontramos a la banca ética. Las principales diferencias de ambas modalidades de hacer banca, tal como refleja el Cuadro 2, se encuentran, tanto en sus objetivos, como en la operativa y forma de negocio:

Cuadro 2

Principales diferencias entre la banca tradicional y la banca ética

BANCA TRADICIONAL	BANCA ÉTICA
Objetivo principal: obtención de beneficios económicos.	Objetivo principal: obtención de beneficios sociales.
Orientada al cliente que busca seguridad y rentabilidad.	Orientada al cliente que busca un uso ético de su dinero.
Financian aquellos proyectos que supongan mayores beneficios.	Financian proyectos que mejoren la calidad de vida de la sociedad.
Invierten en empresas sin aplicar criterios negativos de exclusión.	Invierten en empresas aplicando criterios positivos de inversión.
No ofrecen información clara sobre dónde se invierten los fondos.	Transparencia total sobre el destino de los fondos.
No ofrecen a los clientes la posibilidad de elegir donde acaban sus fondos.	Ofrecen a los clientes la posibilidad de decidir en qué quieren que se invierta su dinero: medioambiente, iniciativas sociales, etc.
Conceden créditos previo aval o garantía patrimonial.	Conceden créditos a clientes con proyectos viables sin necesidad de aportar avales o garantías.
Ofrecen préstamos que están adaptados a las necesidades del banco.	Ofrecen préstamos que se adaptan a las necesidades del proyecto que los solicita.
Los directos son los que toman las decisiones.	Todos los interesados (stakeholders) toman parte en las decisiones.

Nota. Fuente: San José y Retozala (2006, p.10)

En concreto, la diferencia principal radica en los fines con los que se usa el dinero, es decir, el tipo de proyectos en los que se invierten los fondos que proveen los ahorradores. De esta

forma, la banca tradicional busca aquellas inversiones de las cuales puede obtener la máxima rentabilidad, pues se trata de entidades con ánimo de lucro que y, por tanto, el beneficio económico es su objetivo prioritario. Por el contrario, la banca ética trata de encontrar fórmulas que le permitan compatibilizar el beneficio económico con el social a través de inversiones socialmente responsables.

6.8.1. BANCA TRADICIONAL

En el subsector de la banca tradicional española se distinguen tres tipos de entidades financieras: los bancos, las cajas de ahorros y las cooperativas de crédito:

- Los **bancos**, que desde 1998 son todos propiedad privada, están constituidos bajo la forma jurídica de sociedades anónima. Su actividad se centra en captar depósitos y conceder préstamos con el fin de generar el máximo beneficio económico para sus accionistas.
- Las **cajas de ahorro**. Tradicionalmente, en España, estas entidades han tenido una naturaleza privada pero un fin social que las distinguía del fin lucrativo de los bancos. De hecho, la ley establece que, como mínimo, el 50% de los fondos ha de acumularse en reservas, y el resto se destina a proyectos diversa naturaleza como la educación, la reinserción social, ayudas a emprendedores, investigación, protección del medio ambiente, etc. Son entidades muy ligadas al territorio donde han sido creadas y sus servicios se destinan principalmente a ese ámbito de actuación.

Sin embargo, en los últimos años, el número de cajas de ahorro en España se ha reducido tan drásticamente que de las 45 que había a finales de 2009, en la actualidad solo se mantienen dos: Caja Ontinyent y Caja Pollença. El resto se han transformado en bancos, en algunas ocasiones por cuenta propia y, en otras, fusionándose entre ellas.

- Las **cooperativas de crédito** son entidades en las que se compaginan dos vertientes: la cooperativa y la de entidad financiera, por lo cual están sujetas en parte a ambas leyes. Su objeto social es atender las necesidades financieras de sus socios y de terceros mediante el ejercicio de las actividades propias de las entidades financieras. Se trata de entidades de libre adhesión y de baja voluntaria por parte de los socios y, por tanto, tanto el capital social y el número de socios son variable. La prioridad que tienen los socios supone que las operaciones con terceros no pueden superar el 50% de los recursos totales de la entidad. Los depósitos de los clientes son prácticamente la fuente exclusiva de financiación externa con la que cuentan las cooperativas de crédito y por otro lado, están obligadas a destinar como mínimo un 10% de sus beneficios netos a un fondo de promoción y educación y 20% a reservas.

6.8.2. BANCA ÉTICA

La banca ética es un nuevo modelo de negocio bancario que surge para dar respuesta a los nuevos planteamientos de la economía sostenible y que se fundamenta en la aplicación de los principios de RSC en el sector de las finanzas. Tras la crisis financiera, la clave del éxito de este modelo de banca ha sido conectar con la parte insatisfecha de la ciudadanía que busca obtener una rentabilidad financiera que sea, ante todo, compatible con el compromiso social y medioambiental. Así, la banca ética integra valores como la igualdad de oportunidades, la sostenibilidad medioambiental y el apoyo a la diversidad cultural en su estrategia de negocio y se caracteriza fundamentalmente por su transparencia informativa, la principal herramienta para mantener tanto su credibilidad como la confianza que los clientes depositan en ella.

Este modelo de banca apuesta por el desarrollo de proyectos que combinan criterios de viabilidad económica con criterios de rentabilidad social y medioambiental, y ahí es donde radica su principal diferencia con la banca tradicional, pues excluye proyectos económicamente interesantes que considere injustos, irresponsables o especulativos.

Según FETS (Financiación Ética y Solidaria)¹⁰, los principios que constituyen la base de las finanzas éticas son:

- Principio de ética aplicada: la ética como un proceso de reflexión permanente en la aplicación de los criterios de inversión y concesión de créditos.
- Principio de coherencia: utilizar el dinero de forma coherente con los valores de la entidad.
- Principio de participación: la toma de decisiones tiene lugar de forma democrática. No se trata sólo de que los socios voten, sino que tienen que poder participar en la definición de las políticas básicas de la entidad.
- Principio de transparencia: es necesario ofrecer información regular y pública de todas las actividades empresariales y sus consecuencias en todos los ámbitos.
- Principio de implicación: las entidades de financiamiento ético tienen que ir más allá de los criterios negativos y tienen que definir su política de inversión siguiendo criterios positivos para poder transformar la sociedad.

¹⁰ Asociación de segundo grado, que agrupa entidades catalanas del tercer sector y de la economía social y solidaria que quieren promover la financiación ética y solidaria en España.

7. ANÁLISIS DE LA RSC DE BBVA, LABORAL KUTXA Y FIARE BANCA ÉTICA

A continuación, se realizará un análisis de las líneas de actuación en materia de RSC de tres entidades con características particulares diferentes como son un banco, una cooperativa de crédito y una entidad que sigue el modelo de banca ética.

7.1. BBVA

El Banco Bilbao Vizcaya Argentaria, comúnmente conocido por las siglas BBVA, es un banco español fundado en 1857 con sede en Bilbao (Vizcaya, País Vasco). Se trata de uno de los mayores grupos financieros del mundo con una perspectiva centrada en el comprador y que sobresale como el banco español más eficiente en la actualidad. Es, además, la organización financiera más grande de México y cuenta con franquicias en América del Sur y Turquía.

Según la propia entidad, sus objetivos principales son tres: 1) ser un banco de mayor escala y más rentable, 2) destacar por su propuesta de valor diferencial y 3) continuar liderando en eficiencia (BBVA, 2022). Para ello, la entidad busca situar al alcance de todas las personas las oportunidades del mundo actual centrándose en los requerimientos reales de los consumidores, concediendo soluciones beneficiosas y apoyándoles en la toma de decisiones financieras a través de una experiencia de usuario sencilla y útil. La propia entidad afirma en su página web que opera bajo valores consistentes y se define por medio de los siguientes lemas: *lo primero es el cliente, pensar en grande y ser un solo equipo* (BBVA, 2017).

En lo referente a su política de RSC, el modelo de banca responsable que sigue BBVA pretende conseguir una sociedad más sostenible e inclusiva incorporando la sostenibilidad en su día a día, tanto en la relación con los clientes, como en los procesos internos. De esta forma y a través del desarrollo de su actividad, BBVA se ha propuesto contribuir a cinco ODS, generando un impacto positivo superior al servirse del efecto multiplicador de la banca. Estos ODS son el 7, 12 y 13 relacionados con la acción climática y el 8 y 9 que se centran en el crecimiento inclusivo (BBVA, 2022).

7.1.1. DIMENSIÓN FINANCIERA

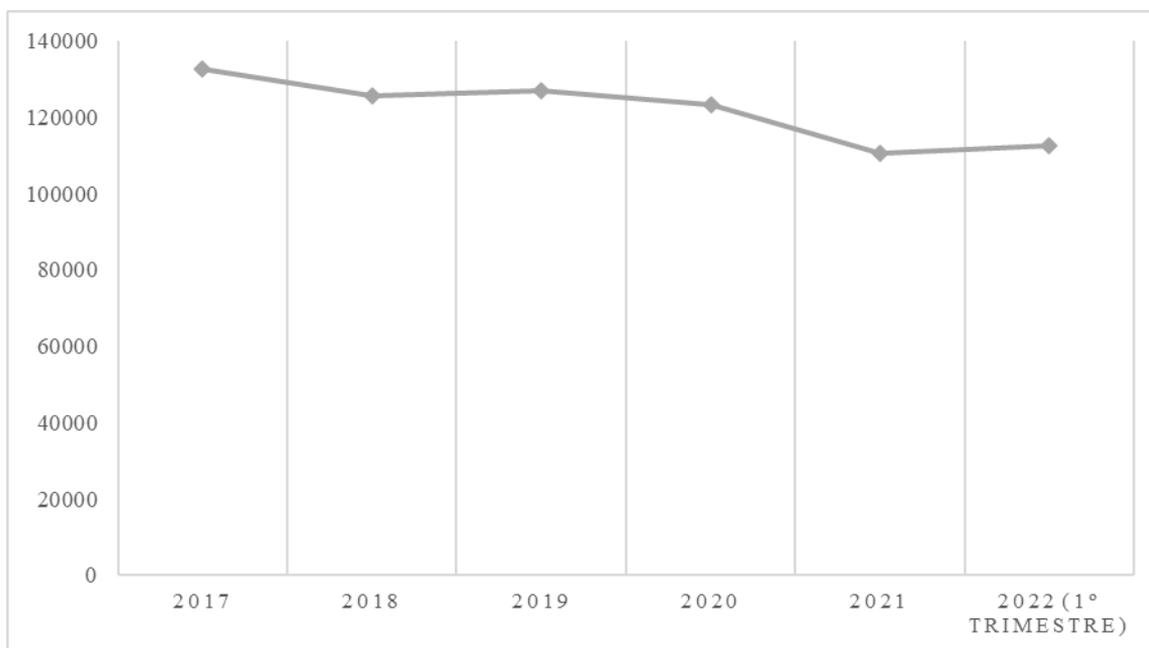
El grupo BBVA cerró 2021 con un beneficio neto atribuido de 4.653 millones de euros, 3,6 veces más que los 1.305 millones obtenidos en 2020 gracias a un notable incremento de los ingresos y a unas necesidades de provisiones y saneamientos inferiores, superando incluso en un 19% las ganancias previas a la pandemia. España se sitúa en segundo lugar, detrás de México, en aportaciones a las cuentas globales del grupo, con un beneficio de 1.581 millones. En términos de crecimiento, cabe destacar que BBVA alcanzó en 2021 un récord histórico de captación de clientes, rozando los nueve millones de clientes nuevos alrededor del mundo. Además, incrementó el valor de sus acciones en un 10,1% pagando un dividendo de 31 céntimos de euro por acción, el mayor en efectivo de la última década (BBVA, 2022).

Generación de empleo

En lo que respecta a la generación de empleo, si observamos la evolución de la cifra de empleados en los últimos 5 años, se evidencia una clara tendencia a la baja tal y como muestra la figura 3. Sin embargo, según datos proporcionados por la CNMV (Comisión Nacional del Mercado de Valores), el dato a mediados de 2022 es aproximadamente de 112.465 empleados, lo que hace suponer un cierre de año con una tendencia al alza y de cierta recuperación.

Figura 3

Evolución del volumen de empleados de BBVA.



Nota. Fuente: Elaboración propia a partir de datos de Epdata, 2022.

El hecho de que la cifra de empleados haya tenido una tendencia a la baja se debe principalmente a que el número de oficinas también se ha visto reducido considerablemente. De hecho, en apenas dos años, el banco ha recortado en un 21% su red de oficinas a nivel global, y en un 30% en España, que ha pasado de sumar 2.642 sucursales al cierre de 2019 a 1.895 en diciembre de 2021. Desde la entidad, explican el cierre generalizado de sucursales por el sobredimensionamiento del sector, la transformación digital promovida por la pandemia de la COVID-19 y el cambio en la rentabilidad del sistema (BBVA, 2022).

7.1.2. DIMENSIÓN CORPORATIVA

BBVA cuenta con un Comité de Gestión de la Integridad Corporativa que tiene encomendada la función de impulsar la integridad y asegurar la aplicación efectiva y cumplimiento del Código de Conducta de la entidad. Este código regula la relación del banco con sus principales grupos de interés.

Clientes

Desde 2014, BBVA apuesta por una relación con sus clientes basada en los principios TCR, en el que la “T” se refiere a la transparencia de información, la “C” hace referencia a la claridad del lenguaje, la estructura y el diseño, y la “R” es la responsabilidad con los intereses del cliente a lo largo de su vida financiera. El objetivo es generar interacciones claras, responsables y transparentes entre la entidad y sus usuarios que les ayuden a tomar buenas decisiones que aumenten su confianza en el banco (BBVA, 2017).

En concreto, durante el ejercicio 2021, la entidad puso especial empeño en encontrar soluciones TCR para las personas con discapacidad visual, auditiva, motora o cognitiva, haciendo un esfuerzo por incorporar diseños que sean accesibles para todos. Para ello, ha organizado sesiones globales de accesibilidad con más de 1.300 asistencias (BBVA, 2022).

Son precisamente estos mismos principios los que aplican en su política de comunicación publicitaria con el fin de que los mensajes contengan información veraz y no ambigua, incompleta o sesgada y que, además, se utilice un lenguaje sencillo y comprensible para el público al que va dirigido. Con ello, se pretende que los clientes distinguan a la entidad como una institución financiera transparente, que se preocupa por sus intereses y que orienta a sus usuarios a realizar elecciones a partir de información completa con el fin de generar una interacción de confianza (BBVA, 2022).

Proveedores

En lo referente a su relación con los proveedores, BBVA respeta todos los requisitos legales en materia laboral y medioambiental, teniendo siempre en cuenta los derechos humanos y decantándose por productos socialmente responsables. El banco analiza el proceso de aprovisionamiento con el fin de gestionar los impactos reales o potenciales que se puedan generar en el desarrollo de la actividad. Para ello, hace uso de diferentes mecanismos y normas como los Principios Generales de Aprovisionamiento y el Código Ético de Proveedores de BBVA. Esta comunicación continua con los proveedores se realiza a través de un esquema de interacción digital que facilita la administración integral del periodo de aprovisionamiento, procedimiento que BBVA realiza por medio del portal Adquira, una plataforma electrónica donde tiene lugar los diferentes procesos de negociación. Esto le permite obtener ventajas como mayor control del estado de las negociaciones, automatización y transparencia de los procesos y asesoría integral telefónica, además de facilitar el cumplimiento de los plazos de pago pactados (BBVA, 2022).

Anticorrupción

Otro elemento clave de la gestión corporativa es la Política General de Anticorrupción aprobada en el Consejo del Banco en 2018 y revisada y actualizada en 2020, siendo comunicada de nuevo al 100% de los empleados y a todos los miembros de los órganos de gobierno. En cuanto a la formación en esta materia, durante el año 2020, se formó a directivos y empleados de la entidad por medio de iniciativas basadas en casos prácticos, entre las que destaca el lanzamiento de un curso online en el que participó el 87,5% de los empleados a nivel global. Los trabajadores fueron capacitados en el Código de Conducta, el cual posee cuatro columnas clave: conducta con la compañía, conducta con nuestros propios compañeros, conducta con el comprador y conducta con la sociedad. En España, concretamente, a cierre del ejercicio 2021, el porcentaje de los empleados que había finalizado el curso era del 88,9% (BBVA, 2022).

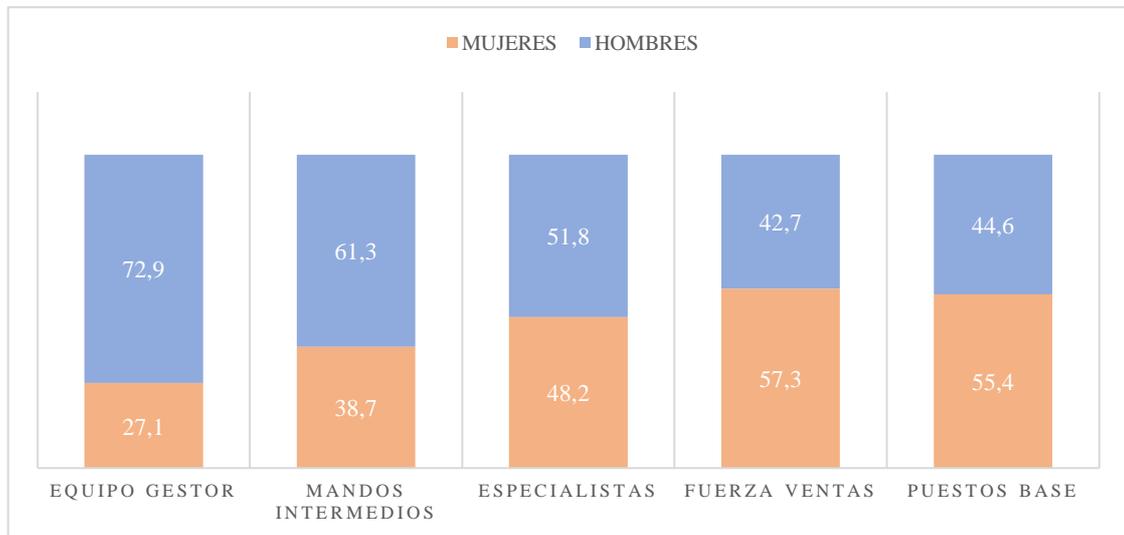
7.1.3. DIMENSIÓN DE RECURSOS HUMANOS

Igualdad de género

El sector financiero, ha sido especialmente criticado en el pasado debido a la desigualdad de género que siempre ha estado presente en sus equipos, críticas que han surtido efecto puesto que el cambio en los últimos años ha sido notable. En el caso concreto de BBVA, de los 110.432 empleados con los que cerró el año 2021, el 53% eran mujeres y el 47% hombres, mientras que, en España, el porcentaje de mujeres era algo inferior a la media situándose en el 50,95%. Sin embargo, como se puede observar en la figura 4, esa paridad de género va disminuyendo a medida que nos aproximamos a posiciones de mayor responsabilidad, de hecho, de 2018 a 2021, el porcentaje de mujeres en puestos directivos solo aumentó del 30% al 31,4%, situándose todavía lejos del objetivo del 35% que BBVA se ha comprometido a cumplir para 2024 (BBVA, 2022).

Figura 4

Distribución (%) de los empleados de BBVA por categoría profesional y género en España en 2021.



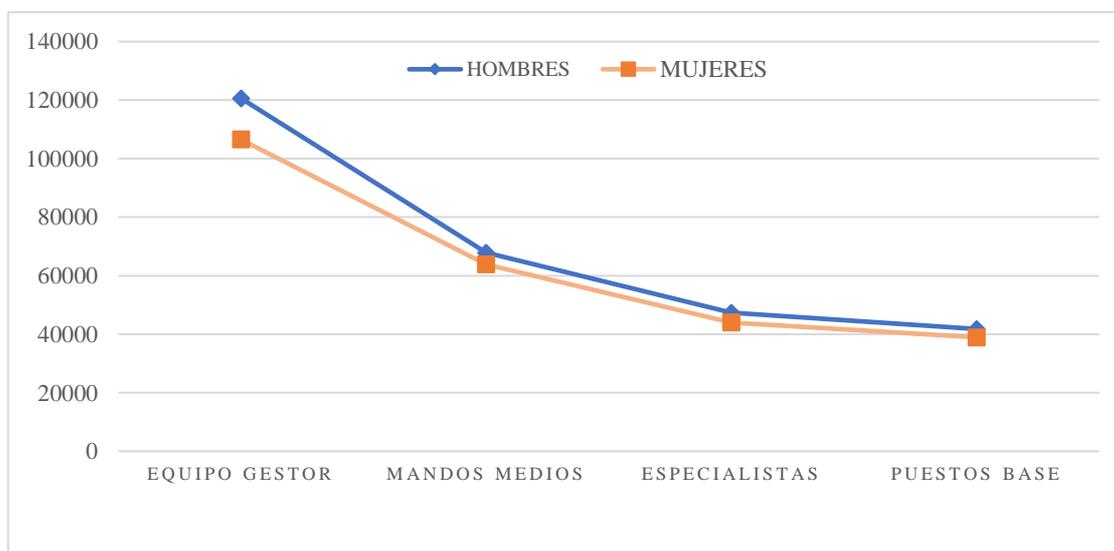
Nota. Fuente: Elaboración propia a partir de datos de BBVA, 2017-21.

Para lograrlo, BBVA lanzó en 2018 un programa de diversidad de género cuya finalidad es promover el crecimiento profesional de las mujeres de su plantilla de forma que se impulsé su acceso a puestos directivos. Este plan a cinco años, debe asegurar la promoción de mujeres hacia categorías de alta responsabilidad y debe ser revisado trimestralmente (BBVA, 2021).

Lo cierto es que la desigualdad de género también se extiende al ámbito de las remuneraciones, pues el salario medio es más elevado entre el sexo masculino en todas las categorías. A continuación, se muestra una comparativa de la retribución media por categoría profesional y género en el año 2021:

Figura 5

Retribución media (€) de BBVA por categoría profesional y género en 2021.



Nota. Fuente: Elaboración propia a partir de datos de BBVA, 2021.

En concreto, el banco proporciona información sobre cuatro categorías profesionales¹¹: el equipo gestor¹², mandos intermedios, especialistas y puestos base. Como podemos observar en la Figura 5, en España, los hombres que componen el equipo gestor cobran de media 120.836 euros al año frente a los 106.558 euros que cobra una mujer, lo que supone una diferencia del 13% mientras que en el resto de categorías, aunque la diferencia es inferior, todavía se sitúa en el 7%.

La entidad, en su informe anual del año 2021 se justifica alegando que estas diferencias en las remuneraciones medias se deben a factores como la antigüedad, y no son por tanto representativas de la brecha salarial, que según el propio banco se sitúa en España en el 3,6% frente al 4,3% de 2020. Al respecto, añaden que la política de remuneraciones del banco “*es imparcial en cuanto al género y refleja una compensación igualitaria por las mismas funciones o funciones de igual valor*” (BBVA, 2022, p.43).

Formación y voluntariado

En lo referente a la formación, BBVA ha optado por un sistema en el que el empleado tiene total autonomía para decidir su itinerario de aprendizaje. Se trata de modelo descentralizado en la que los empleados generan el conocimiento y lo comparten con sus compañeros. Dentro de esta apuesta, BBVA ha puesto en marcha un programa de adquisición de competencias necesarias para un mismo perfil o puesto que permite al empleado actualizarse continuamente y adquirir la flexibilidad suficiente para adaptarse a un entorno cambiante. BBVA, reconocida como una entidad innovadora en materia de formación, opta por impartir la mayor parte de su formación de manera digital, concretamente en los últimos 5 años más del 70% de la formación ha sido online a través de una plataforma global denominada “Campus BBVA” que cuenta con más de 20.000 cursos formativos. El total de empleados que recibieron formación durante 2021 fue de 108.142 que se distribuyen por categoría profesional y género de la siguiente manera:

¹¹ La categoría Fuerza Ventas está incluida en cada una de las cuatro categorías restantes.

¹² En esta categoría queda excluida la Alta Dirección.

Cuadro 3

Distribución por categoría profesional y género de los empleados de BBVA que recibieron formación en 2021.

	Total	Hombres	Mujeres	% sobre el total de empleados
Equipo gestor	3.030	2.042	988	97,99%
Mandos intermedios	8.547	4.509	4.038	95,55%
Especialistas	39.684	19.730	19.954	97,39%
Fuerza ventas	37.763	15.991	21.772	99,45%
Puestos base	19.118	8.504	10.614	97,26%
Total	108.142	50.776	57.366	97,93%

Nota. Fuente: Elaboración propia a partir de datos de BBVA, 2021.

Las materias que más éxito han tenido han sido las relacionadas con sostenibilidad, ciberseguridad y diseño conductual, que han contado con una participación de 83.271 empleados con un índice de satisfacción de 4,7 sobre 5.

En lo referente al voluntariado, la Agenda 2030 para el Desarrollo Sostenible lo reconoce como vehículo clave para alcanzar los ODS y es por ello que, BBVA, dentro de su política de RSC, considera que facilitar las condiciones para que sus empleados realicen acciones de voluntariado supone dar un impulso a su cultura corporativa de compromiso con la sociedad y el medio ambiente. Además, estas iniciativas tienen otros efectos positivos sobre los participantes, puesto que suponen un aumento de su satisfacción y orgullo de pertenencia repercutiendo directamente sobre la productividad. A nivel global, durante el año 2021, el número de empleados que participó en acciones de voluntariado superó los 9.000, dedicando un total de 26 mil horas, que han supuesto una contribución de 277.000 euros. De esta forma, BBVA impulsa la cooperación y la colaboración a través de compromisos y alianzas por un desarrollo sostenible e inclusivo tal y como persigue el ODS 17 (BBVA, 2022).

7.1.4. DIMENSIÓN MEDIOAMBIENTAL

BBVA reconoce que, a través de sus servicios, productos y operaciones, afecta de forma directa e indirecta sobre el medioambiente y es por ello que anunció, en febrero de 2018, el Compromiso 2025, una estrategia de cambio climático y desarrollo sostenible diseñada para ayudar a la consecución de los ODS y alineada con el Acuerdo de París sobre el Clima. Según la propia entidad, este compromiso se basa en tres pilares fundamentales:

1. Movilización de 100.000 millones de euros en financiación verde, infraestructuras sostenibles y emprendimiento e inclusión financiera.
2. Gestión del riesgo ambiental y social asociado a la actividad del banco, minimizando los posibles impactos negativos directos e indirectos.
3. Contribución colectiva de todas las partes interesadas del sector financiero para aumentar el desarrollo sostenible.

Tres años después, a cierre de febrero de 2021 el banco ya había movilizado más de 50.000 millones, y el objetivo inicial se duplicó a 200.000 millones pues el ritmo de crecimiento de las operaciones sostenibles había sido muy superior al esperado. Esto se debe a que el banco trabaja de manera constante para que todos sus productos tengan una alternativa sostenible, tanto para

grandes empresas como para pymes y particulares. A continuación, se detalla la oferta de servicios verdes de la que dispone la entidad en la actualidad:

1. Financiación para particulares y empresas:

- **Préstamos para vivienda de alta eficiencia energética:** Según el CIS¹³, el cambio climático es un problema real para más del 80% de los españoles por lo que BBVA ofrece una línea de préstamo que busca incentivar la adquisición de viviendas de alta eficiencia energética. El comprador, además de cuidar el medio ambiente debido al bajo consumo de energía y ahorrar en las facturas de luz y gas, se beneficia de una bonificación en el diferencial de su hipoteca.
- **Préstamos para compra de vehículos ecológicos¹⁴:** Para satisfacer la demanda de esta clase de vehículos y, además, fomentar un incremento de la misma, BBVA ofrece 2 tipos de préstamos, uno dirigido a particulares y otro para pymes y autónomos. Se trata de préstamos de hasta 75.000 (particulares) y 300.000 (empresas), a 96 meses y sin comisiones de apertura.

2. **Productos de inversión:** BBVA Asset Management¹⁵ ofrece diversos fondos de inversión que cumplen con los criterios de las ISR. Entre el abanico de opciones, encontramos fondos de renta fija y variable, de diversos niveles de riesgo y rentabilidad y de importes mínimos asequibles para cualquier tipo de inversor.

3. **Financiación mayorista:** La entidad ha destacado en los últimos años como una de las organizaciones más importantes en el impulso de un esquema de finanzas sostenibles pues posee no solo la capacidad sino también el conocimiento para dotar a sus clientes de un asesoramiento de calidad en soluciones de financiación sostenible, tanto en bonos como en préstamos. De hecho, hace años que desarrolla una labor clave en el impulso de este mercado.

- **Bonos:** BBVA, que inició su actividad en el mercado de bonos verdes en 2007, formando parte de la primera emisión por parte del BEI¹⁶, es una entidad pionera en este mercado. La entidad publicó en 2018 su marco para la emisión de sus propios bonos sostenibles, que se dividen en tres tipos: bonos verdes, cuyos fondos se destinan a proyectos medioambientales, bonos sociales, que financian proyectos sociales y bonos sostenibles, una combinación de los dos anteriores. Estos bonos deben cumplir con los GBP (*Green Bond Principles*), principios que promueven la integridad del mercado a través de directrices que recomiendan transparencia, publicidad y reporte de informes.

Desde su primera emisión en 2018, BBVA ha realizado cinco emisiones de bonos sostenibles cuyo importe se divide de la siguiente forma: 3.000 millones de euros en bonos verdes y 2.000 millones de euros en bonos sociales. Gracias a un informe de seguimiento de los mismos, se puede conocer que desde 2018 hasta 2020 los bonos sostenibles permitieron que 15.175 empresas con un total de 207.628 empleados se vieran beneficiadas, evitándose a su vez, la emisión de 2,3 millones de toneladas de CO₂ a la atmósfera, cifra equivalente a las emisiones anuales de 912.000 automóviles.

- **Préstamos:** al igual que ocurre con los bonos, BBVA es una de las entidades más activas a la hora de impulsar préstamos sostenibles a nivel global. Estos préstamos

¹³ Centro de Investigaciones Sociológicas.

¹⁴ Vehículos eléctricos e híbridos que no superen una emisión máxima de 75gCO₂/KM.

¹⁵ Unidad del Grupo BBVA que engloba las gestoras de fondos de inversión y pensiones a nivel global

¹⁶ Banco Europeo de Inversiones

como ocurre con los bonos verdes, cuentan con sus propias directrices, los “*Green Loan Principles*” (GLP) que recomiendan contar con una certificación verde o sostenible de un consultor medioambiental independiente que garantice la sostenibilidad del préstamo. Fue en 2017, cuando BBVA firmó junto con Iberdrola el primer “*green loan*” o préstamo verde de una compañía energética en el mundo por importe de 500 millones de euros.

Concretamente, se ofrecen dos 2 tipos de préstamos sostenibles, por un lado, los préstamos finalistas dispuestos donde la empresa que los solicita se compromete a utilizarlos para financiar exclusivamente proyectos con un impacto medioambiental positivo, y por otro, la línea de crédito *revolving*, cuyo tipo de interés será menor cuanto mejor sea la calificación ESG de la compañía que solicita la financiación.

- **Project Finance:** Este formato de préstamo permite financiar proyectos de infraestructuras o energía de gran envergadura que suponen inversiones iniciales de cuantías importantes y cuyos periodos de rentabilización son muy largos. Para que un Project Finance sea sostenible deberá cumplir con objetivos sociales o ser susceptible de obtener el sello verde por la clase de proyecto que financia. Y, precisamente, una muestra de la apuesta de BBVA por las finanzas sostenibles es la firma, en 2017, junto con la compañía energética italiana Terna, de la primera financiación verde bajo el modelo Project Finance a nivel mundial. La financiación en la que BBVA participó con un préstamo de 25 millones de dólares se realizó con el objetivo de construir una línea de transmisión entre las ciudades de Melo y Tacuarembó, en Uruguay, conectando proyectos de generación de energía renovable al sistema de distribución eléctrico del país, contribuyendo así a la lucha contra el cambio climático y la consecución de los ODS que antes hemos descrito.

Dentro del territorio español, BBVA también participó como asesor financiero del primer Project Finance verde del país, un préstamo sostenible de más de 176 millones de euros a Sociedade Concesionaria Novo Hospital de Vigo. Este proyecto cumplía con los GLP pues se trataba de energías renovables, eficiencia energética, gestión sostenible de residuos y del agua, transporte limpio y edificios verdes (BBVA, 2020).

4. **Marco de banca transaccional sostenible:** En 2018, BBVA publicó su marco de banca transaccional sostenible, una metodología que permite categorizar los productos de banca transaccional como verdes, sociales o sostenibles. Se trata de un sistema que cuenta con la aprobación de la agencia de sostenibilidad Vigeo Eiris¹⁷ y que relaciona con los ODS los productos de financiación a corto y medio plazo, como el factoring, el renting y leasing, las garantías o la carta de crédito, necesarios en el día a día de las empresas.

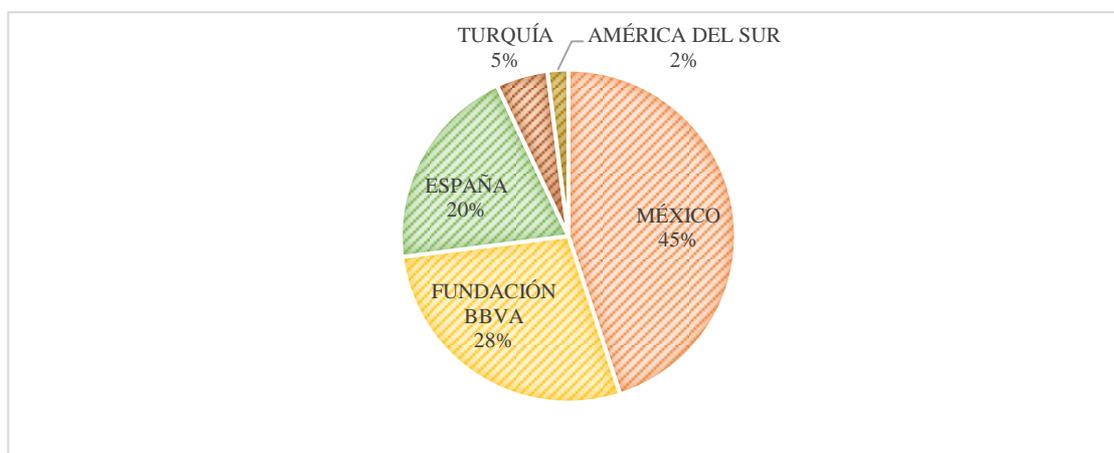
7.1.5. DIMENSIÓN SOCIAL

En cuanto a la aportación del banco en el ámbito social, destaca el Compromiso con la Comunidad que presentó en 2021 y por el que se comprometía a destinar 550 millones de euros entre 2021 y 2025 a iniciativas sociales con el fin de promover el crecimiento inclusivo en todos los países donde está presente. De esos 550 millones de euros, a cierre de 2021 ya se habían destinado casi un 20% (106,3 millones) a programas e iniciativas sociales a través de las cuales se beneficiaron un total de 44 millones de personas, un 59% más que el año anterior. Geográficamente, la inversión se repartió tal y como muestra la Figura 6:

¹⁷ El grupo Vigeo Eiris es una agencia de calificación social y ambiental internacional fundada en 2002, especializada en la evaluación de tipo cualitativo de empresas según criterios sociales y ambientales y siguiendo especificaciones vinculadas al desarrollo sostenible.

Figura 6

Distribución (%) de la inversión social de BBVA en 2021.



Nota. Fuente: BBVA, 2021.

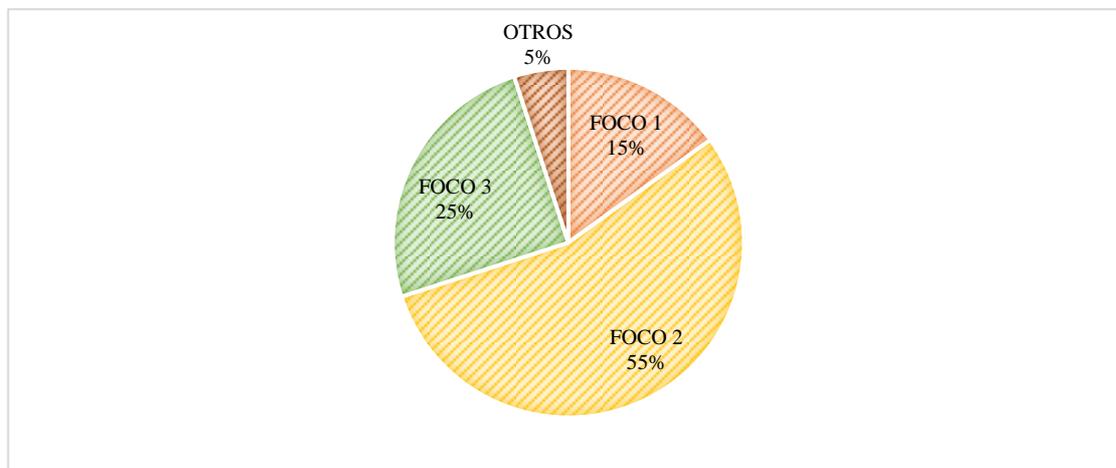
El Compromiso con la Comunidad, que persigue contribuir a la consecución de varios ODS, se estructura en torno a tres grandes ámbitos de actuación o focos:

1. **Reducir la desigualdad y promover el emprendimiento (ODS 8 y 10)**, fines para los que se destinaron 15,5 millones de euros en 2021 de los que se beneficiaron 13,7 millones de personas. Estas iniciativas se enfocan en facilitar el acceso de colectivos vulnerables a bienes y servicios básicos, dotar de formación financiera a la población para empoderarla y mejorar su resiliencia financiera y promover la inclusión financiera mediante la capacitación digital, incrementando así la empleabilidad y la seguridad digital. Concretamente, 709.644 personas se formaron en educación financiera y alrededor de 3 millones de emprendedores vulnerables han recibido apoyo en forma de soluciones para hacer crecer su negocio.
2. **Crear oportunidades para todos a través de la educación (ODS 4)**. Entre los diversos impactos negativos que ha tenido la pandemia, destaca el aumento de la desigualdad educativa que ha generado la digitalización. Con el fin de facilitar el acceso a una educación de calidad para todos, BBVA invirtió 58,4 millones en iniciativas educativas beneficiando a 22,3 millones de personas en 2021, de las cuales más de 400.000 participaron en programas educativos cuyo fin es ofrecer una educación abierta y accesible para todos.
3. **Apoyar la investigación y la cultura (ODS 9 y 10)**, campo en el que siempre ha destacado la actividad de la Fundación BBVA. En 2021, la entidad destinó 27,1 millones de euros a proyectos y actividades a los que accedieron 8,2 millones de personas. Estas iniciativas van dirigidas a apoyar a investigadores y creadores en el área científica, cultural o económica mediante becas y a fomentar la difusión y accesibilidad de las investigaciones para que lleguen a toda la sociedad.

La Figura 7 representa el porcentaje de inversión por cada uno de los focos que acabamos de detallar:

Figura 7

Distribución (%) de la inversión social de BBVA por foco en 2021.



Nota. Fuente: BBVA, 2021.

7.2. LABORAL KUTXA

La Caja Laboral Popular Sociedad Cooperativa de Crédito, conocida en el País Vasco y Navarra por su nombre comercial Caja Laboral o Euskadiko Kutxa, se fundó en 1959 con el fin de impulsar el ahorro popular de forma que esos recursos se pudieran canalizar hacia el desarrollo del sector de empresas cooperativas que estaban emergiendo en Gipuzkoa. Por otro lado, en 1965, nace en Bilbao Ipar Kutxa, una caja rural destinada a apoyar a los ganaderos y agricultores vizcaínos. De la fusión de estas dos entidades en una única entidad jurídica, nace en 2013, la cooperativa de crédito Laboral Kutxa, integración que tenía como objetivo potenciar un proyecto de entidad financiera de economía social (Laboral Kutxa, 2012).

7.2.1. DIMENSIÓN FINANCIERA

Tal y como ha repetido el presidente de Laboral Kutxa, Txomin García, en más de una ocasión, *“no hay planeta alternativo”*, y es por ello que el compromiso de la entidad con su entorno se ha traducido en un trabajo constante para llegar a 2030 habiendo alcanzado los cinco ODS que se ha comprometido a cumplir.

La entidad reparte sus beneficios de la siguiente forma: un 25% de los beneficios se reparte entre los socios en forma de capital, un 50% se destina a reservas para asegurar el futuro de la cooperativa y el 25% restante se reinvierte en la sociedad en forma de fondos con los que se financian proyectos cooperativos, culturales, deportivos, formativos, de investigación, etc., y que veremos con más detalle en los siguientes apartados.

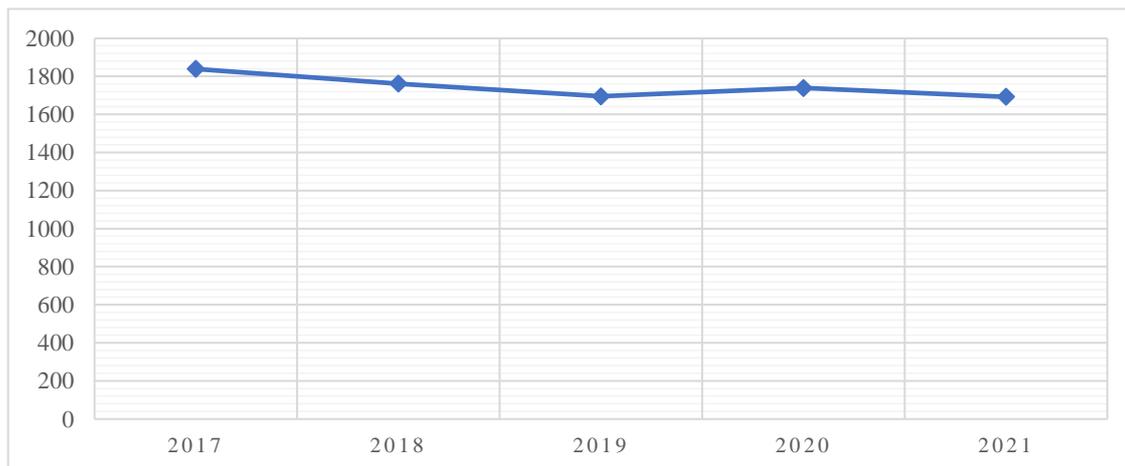
Laboral Kutxa obtuvo, en 2021, un beneficio consolidado de 108,8 millones de euros después de impuestos que, con respecto al año anterior, supone un aumento del 24,4%, aunque todavía se sitúa por debajo de las cifras previas a la pandemia, pues el beneficio en 2019 fue de 137,7 millones de euros. En lo referente al volumen de clientes, en los últimos 5 años se ha reducido en un 3,7%, y a cierre de 2021 la cifra era de 1.126.420, de los cuales el 85,7% corresponde a particulares, el 8,3% a autónomos, el 3,5% a negocios y el 1% a empresas.

Generación de empleo

La plantilla de Laboral Kutxa, formada íntegramente por socios, se ha visto reducida ligeramente en los últimos años, con un atisbo de recuperación en 2020, pero que ha vuelto a disminuir durante el 2021, situándose en 1693 socios a cierre del ejercicio. En la Figura 8 se puede observar la evolución de la que hablamos.

Figura 8

Evolución del volumen de socios de Laboral Kutxa.



Nota. Fuente: Elaboración propia a partir de datos de Laboral Kutxa, 2017-21.

Mientras que en los últimos cinco años el número de trabajadores o socios se ha reducido en casi un 8%, las oficinas han sufrido un recorte mayor, concretamente del 13,6% en el mismo periodo pasando de 324 en 2017 a 280 al cierre de 2021. Las sucursales de Laboral Kutxa se encuentran distribuidas mayoritariamente en el País Vasco y Navarra, con 80 sucursales en Bizkaia, 62 en Gipuzkoa, 28 en Araba y 36 en Navarra. En el resto de España, tiene oficinas en Zaragoza, Valladolid, Madrid y otras ciudades de la mitad norte del país.

7.2.2. DIMENSIÓN CORPORATIVA

La entidad, cuenta con un Comité de Sostenibilidad, un órgano especializado que se encarga de proponer la estrategia de sostenibilidad al Consejo Rector y de asegurar su implantación junto con la de los planes de gestión. Otra de sus funciones principales es la de identificar y desarrollar propuestas de cumplimiento de nuevos requisitos regulatorios en lo referente a materia de sostenibilidad.

A diferencia de otras entidades, el hecho de que los trabajadores de Laboral Kutxa sean socios y propietarios de la empresa con plenos derechos y deberes, marca el enfoque de las relaciones internas, ya que los trabajadores participan en los tres ámbitos de la empresa: la propiedad, los resultados y los métodos de una gestión que este caso debe ser democrática y responsable. De esta forma, y con el fin de que el buen funcionamiento de la empresa permita obtener beneficios que se reviertan a la sociedad, todas las decisiones importantes deben ser validadas en la Asamblea General con la participación de todos los socios (Laboral Kutxa, 2020).

Clientes

La actividad bancaria de Laboral Kutxa está orientada al servicio y a la relación con la clientela y considera prioritario que esta relación se gestione de manera responsable, especialmente, en lo referente a la venta de productos complejos y a la calidad del servicio. El objetivo es generar ventajas sostenibles frente a sus competidores, por lo que se presta especial interés a aspectos como la transparencia y claridad de la información, la confianza que ello genera en el cliente y el compromiso que la entidad adquiere con la sociedad (Laboral Kutxa, 2020).

Además, la entidad considera esencial el diálogo constante con los clientes para conocer sus expectativas y demandas, y poder así emprender nuevas acciones de mejora. Esto se realiza mediante un proceso de calidad integral cuyo fin es la calidad de la atención y del servicio al cliente. De esta forma, cada año, tras la elaboración de las memorias de sostenibilidad, la entidad, envía, junto con el resumen de la misma, un cuestionario de sostenibilidad que le permita conocer la opinión de los clientes. En concreto en 2021, se realizaron más de 600.000 mil envíos, de los cuales se leyeron un 25% y se recibieron casi 2000 respuestas. La entidad obtuvo un 7,7 de media en lo referente a sus prácticas de sostenibilidad.

Proveedores

En cuanto a los proveedores, el hecho de que Laboral Kutxa funcione dentro de un territorio muy concreto supone que los riesgos de gestión de proveedores sean mínimos, aun así, la entidad tiene claro que una adecuada gestión de la cadena de suministro es indispensable para lograr una actuación responsable. De esta forma, el procedimiento de compras obliga a las empresas proveedoras a asumir el Código Ético de proveedores que supone comprometerse a cumplir con una serie de principios ambientales, de derechos humanos, blanque de capitales y lucha contra la corrupción.

Anticorrupción

En materia de prevención de la corrupción, cabe destacar que, en 2016, se puso en marcha un curso denominado “Sistemas y Políticas de Prevención de Comportamientos Delictivos” que ha cierre de 2021 ya lo había realizado el 86% de la plantilla. Además, anualmente se analizan oficinas con respecto a riesgos relacionados con la corrupción, concretamente, en 2021, se analizó el 32% de las sucursales, al igual que el año anterior. Adicionalmente, se realizan controles de auditoría a distancia que tienen incidencia en la totalidad de las oficinas de la entidad.

7.2.3. DIMENSIÓN DE RECURSOS HUMANOS

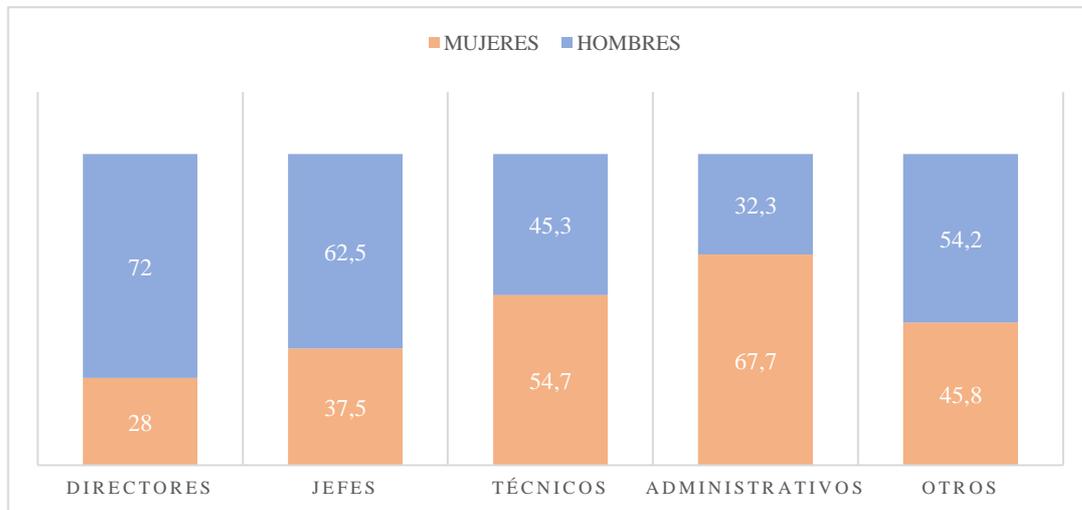
Igualdad de género

El ODS 5, que busca poner fin a las desigualdades de género, es uno de los objetivos en los que más se centra Laboral Kutxa, pues entiende que la igualdad de género es un derecho humano fundamental y una de las bases esenciales para construir una sociedad sostenible.

- **Presencia de mujeres en la plantilla:** El compromiso de la entidad en lo que respecta a la igualdad de género es innegable, de hecho, en 1997, fue una de las primeras empresas en colaborar con el Instituto Vasco de la Mujer. Este esfuerzo continuado se ha traducido en que, a cierre de 2021, más de la mitad, el 51,86% de sus socios sean mujeres. Sin embargo, en lo referente a los puestos de dirección, aún queda mucho por hacer, pues el porcentaje de mujeres solo alcanza el 36,5%. A continuación, se muestra la distribución por género en función de la categoría profesional de los empleados que demuestra que, a mayor responsabilidad del cargo, menor es el número de mujeres que lo ejercen.

Figura 9

Distribución (%) del volumen de socios de Laboral Kutxa por categoría profesional y género en 2021.

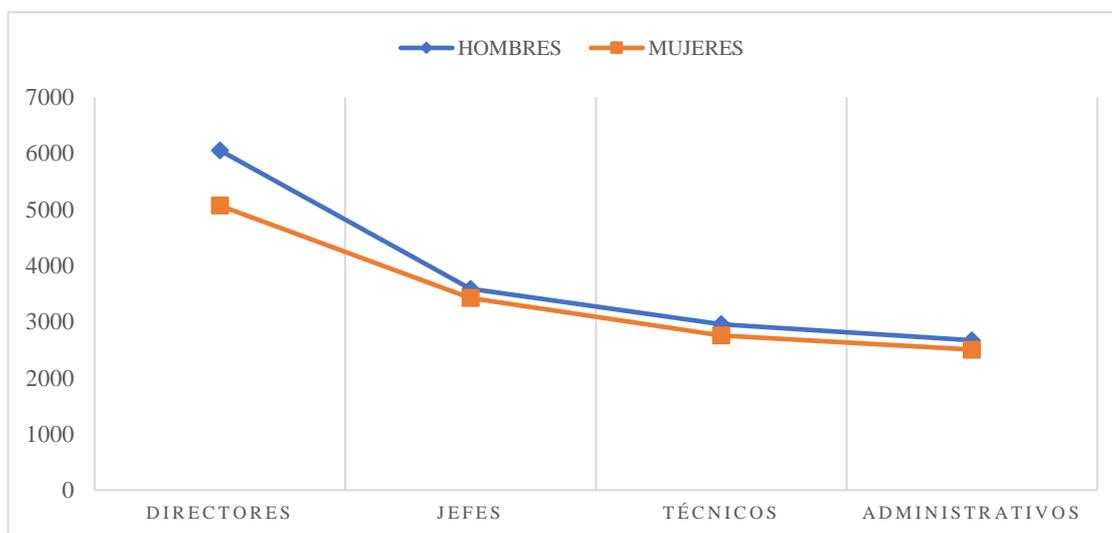


Nota. Fuente: Elaboración propia a partir de datos de Laboral Kutxa, 2021.

- **Consejo Rector paritario:** a pesar de lo que muestra la tabla anterior, cabe destacar un dato muy positivo en cuanto a los altos cargos y es que en el máximo órgano de administración de Laboral Kutxa la mitad de los miembros son mujeres cuando la media del IBEX-35 se sitúa en un 27,5% de presencia femenina. Por otro lado, la remuneración más alta es 3,6 veces mayor que la media, mientras en el IBEX-35 la relación media es de 123.
- **Brecha salarial:** la entidad, que ha reducido su brecha salarial del 16,7% en 2016 a 12,2% a cierre de 2021, explica que siguen trabajando para que desaparezca por completo. También añaden que esta se debe, en gran medida, a la mayor presencia de hombres en puestos de alta responsabilidad, además del efecto de la antigüedad. Como vemos en la Figura 10, la brecha salarial se incrementa a medida que aumenta el nivel de responsabilidad del puesto.

Figura 10

Retribución media (€) de Laboral Kutxa por categoría profesional y género en 2021.



Nota. Fuente: Elaboración propia a partir de datos de Laboral Kutxa, 2021.

- **Publicidad y patrocinios:** Laboral Kutxa tiene muy presentes los criterios inclusivos de género a la hora de publicitarse. Además, dentro de sus patrocinios deportivos se incluye el Lilatón, la competición de pelota Emakume Master Cup y la Fundación Ciclista de Euskadi.

Formación

Durante el ejercicio 2021, el programa de formación continua de Laboral Kutxa consistió de 530 cursos y 172.180 horas de formación que se dividieron en cuatro áreas estratégicas de capacitación: productos fuera de balance, riesgo mercantil, seguros y digitalización. En cuanto a la metodología utilizada, los cursos se llevaron a cabo mediante itinerarios en línea con puestas en práctica complementarias. A continuación, se incluye una tabla con datos sobre la formación de socios en los últimos cinco años:

Cuadro 4

Horas de formación por año y evaluación media de los mismos en Laboral Kutxa.

	2017	2018	2019	2020	2021
Horas de formación	227.835	87.333	168.298	160.740	172.180
Evaluación media de los cursos formativos (1-10)	8,05	7,96	7,94	8,13	7,98

Nota. Fuente: Laboral Kutxa, 2017-21.

7.2.4. DIMENSIÓN MEDIOAMBIENTAL

Laboral Kutxa es una entidad pionera en el ámbito de la protección del medio ambiente, de hecho, ya hace 20 años que cuenta con un Sistema de Gestión Ambiental (SGA) certificado por AENOR¹⁸ y su sede central tiene la máxima calificación energética, un hito que ha sido posible gracias a las nuevas instalaciones de biomasa y geotermia que les han permitido dejar de usar combustibles fósiles casi por completo.

La política ambiental de la entidad considera prioritarias tres líneas de actuación:

- Formación de la totalidad de la plantilla en conciencia medioambiental de manera que estén sensibilizados y activamente implicados en prácticas responsables con el entorno que les rodea.
- Reducción del consumo de recursos naturales y minimización de los residuos generados gracias al reciclaje continuado.
- Incorporación de criterios ambientales en su relación con proveedores con el fin de colaborar en la conservación del medioambiente.

Para llevarlo a cabo y contribuir al ODS 9, que persigue promover la industrialización sostenible y fomentar la innovación, Laboral Kutxa tiene las siguientes líneas de actuación:

- Toda la electricidad utilizada procede de fuentes renovables lo que ha supuesto que, en 2021, la entidad haya reducido sus emisiones de CO₂ a la atmósfera en un 76,2%, minimizando así la huella de carbono¹⁹. Además, se redujo en un 11% el consumo de papel, principal materia prima utilizada en el desarrollo de la actividad bancaria, lo que se traduce en salvar 680 árboles y ahorrar 10 millones de litros de agua.
- Apoyo al comercio local: Laboral Kutxa compra el 95% de bienes y servicios a empresas locales, y el 45,5% están a menos de 100 km de sus servicios centrales.
- Aumento del uso de canales no presenciales: las restricciones de movilidad que supuso la emergencia sanitaria en 2020 provocaron un gran incremento del uso de la aplicación Banca Móvil, además de otras vías digitales como Postmail y Bizum, por lo que la entidad trabaja de manera constante para mejorar las prestaciones de estos servicios y responder a una demanda creciente en lo referente a la innovación y nuevas tecnologías.
- En 2021, también se ha inaugurado un nuevo modelo de oficina que incorpora sistemas de climatización e iluminación innovadores como la detección de presencia que suponen una reducción de los consumos de energía.

7.2.5. DIMENSIÓN SOCIAL

En el ámbito social, Laboral Kutxa tiene muy presente el ODS 8, cuyo fin es promover el crecimiento económico inclusivo y sostenible, el empleo y el trabajo decente para todos. Para ello, la entidad tiene las siguientes líneas de actuación:

- **Apoyo a Mondragón:** en 2021 Laboral Kutxa destinó 8,5 millones de euros en apoyar a Mondragón, el proyecto de economía social que más empleo genera en España. Se trata de una organización de cooperativas libres y asociadas que, durante el año 2020, dio trabajo a 82.100 personas en Euskadi.
- **Gaztenpresa:** la entidad canaliza parte de su labor social a través de esta fundación, que tiene como objetivo dar apoyo a negocios, micropymes y personas con dificultad de

¹⁸ Asociación Española de Normalización y Certificación.

¹⁹ La huella de carbono representa el volumen total de gases de efecto invernadero que producen las actividades económicas y cotidianas del ser humano.

acceso al mercado laboral. Desde su origen, ha facilitado la creación de 730 empresas, generando 10.000 puestos de trabajo, de hecho, en 2020, a pesar de la emergencia sanitaria que supuso la COVID-19, Gaztenpresa participó en la creación de 256 empresas y 504 puestos de trabajo, mientras que las cifras en 2021 fueron ligeramente superiores, concretamente, de 278 y 547 respectivamente.

- **Convenios de financiación:** Laboral Kutxa prioriza ayudar a empresas pequeñas del entorno en que opera para que se puedan beneficiar de los fondos Europeos Next Generation²⁰.

En lo que respecta al ODS 10, que persigue reducir las desigualdades entre países y dentro de ellos, Laboral Kutxa contribuye a través de su política de créditos que tiene muy presentes los criterios sociales:

- **Préstamos para empresas de economía social:** la entidad mantiene una colaboración con EIF (Fondo de Inversión Europeo), organismo del BEI, que permite, gracias al apoyo del programa EASI (Programa Europeo para el Empleo y la Innovación Social) facilitar el acceso a microcréditos de personas emprendedoras y pequeñas empresas.
- **Préstamos personales:** existe una oferta de préstamos orientados a jóvenes para la financiación de estudios mediante acuerdos con AEK²¹, Universidad de Mondragón y programas Erasmus entre otros.
- **Tarjetas de afinidad:** Laboral Kutxa destina una parte de los ingresos obtenidos a través de las tarjetas Affinity a Medicus Mundi, Cáritas y la Confederación de Ikastolas. La donación total en 2021 fue de casi 50.000 euros.
- **Fondo de inversión Konpromiso:** se trata de un fondo de inversión de carácter ético y solidario que canaliza una parte de su comisión de gestión hacia las mismas ONGs que las tarjetas Affinity. La donación en 2021 fue 143.404 euros, duplicando la del año anterior.

7.3. FIARE BANCA ÉTICA

En 2003, un conjunto de grupos interesados en las finanzas éticas creó la Fundación Fiare en Bilbao, un movimiento activista que tenía como fin sentar las bases de una banca ética. Dos años después, la fundación firmaba un contrato de agentes con Banca Popolare Etica, un banco cooperativo fundado en Italia en 1999, con el que, tras años de campaña de recogida de ahorros y primeros créditos, se aprobaría una integración creando así el Área Fiare en Banca Popolare Etica. Fiare Banca Ética es, por tanto, una entidad que surge de la unión de dos proyectos de finanzas éticas, cuya integración ha dado como resultado un banco cooperativo de capitales éticos referente en Europa.

El objetivo principal de la entidad es apoyar la cooperación social y la defensa del medioambiente, así como proteger a las empresas sin ánimo de lucro y el patrimonio solidario. Se trata de un banco innovador con acciones culturales y operativas inspiradas totalmente en las bases de las finanzas éticas: colaboración, inclusión financiera, transparencia y seguimiento de los resultados no económicos que poseen las actividades económicas. Mediante el desarrollo de su actividad Fiare Banca Ética persigue un doble fin:

²⁰ Estos fondos son la respuesta de la Unión Europea frente a la crisis de la Covid, una iniciativa que persigue de dar soporte económico a los Miembros de la UE a través de créditos por un valor total de 750.000 millones de euros, a repartir entre 2021 y 2026.

²¹ *Alfabetatze Euskalduntze Koordinakundea* o Coordinadora de Euskaldunización y Alfabetización en español.

- Invertir en proyectos que tengan un efecto social positivo ya sean humanitarias, sociales, culturales o medioambientales.
- Dar al ahorrador e inversor responsable la posibilidad de apoyar esta clase de acciones.

Para ello, la entidad desarrolla la actividad bancaria a partir de sus principios fundacionales ratificados en el artículo 5 de su estatuto: transparencia, participación, equidad, eficiencia, sobriedad, atención a las consecuencias no económicas de las acciones económicas y consideración del crédito como derecho humano.

7.3.1. DIMENSIÓN FINANCIERA

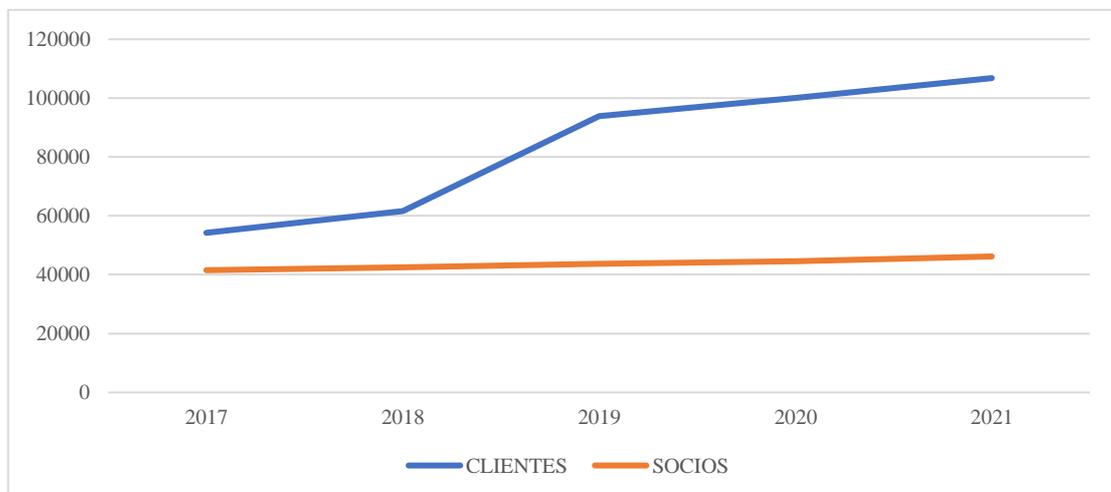
En 2021, la entidad obtuvo un beneficio neto de 9,5 millones de euros, un 48,91% más que en 2020 y la cifra más elevada de su historia. A día de hoy, Fiare Banca Ética, nunca ha distribuido dividendos y destina la totalidad de sus beneficios a patrimonio. De esta forma, gracias a los sistemas de garantía, por cada euro de patrimonio, la entidad tiene la capacidad de conceder 16 euros en créditos nuevos a personas y organizaciones para proyectos con impacto social y ambiental (Fiare Banca Ética, 2022).

Como hemos visto en el apartado 6.5, las inversiones socialmente responsables, a las que Fiare Banca Ética las denomina de impacto, se diferencian de las tradicionales porque además de medir el rendimiento financiero, se preocupan por medir el rendimiento social y medioambiental que generan. Así, un socio de Fiare Banca Ética, que posee una parte del capital obtiene un dividendo socioambiental. Para medir este dividendo, la entidad asocia un valor al impacto generado por cada 1.000 euros de capital social invertido en el banco en el curso del ejercicio.

En lo referente a la clientela y los socios, como podemos observar en la Figura 11, la evolución del volumen de ambos ha sido ascendente, especialmente el de los clientes, que prácticamente se han duplicado en 5 años, situándose la cifra en 106.817 a cierre de 2021.

Figura 11

Evolución del volumen de socios y clientes de Fiare Banca Ética.



Nota. Fuente: Elaboración propia a partir de datos de Fiare Banca Ética, 2017-21.

7.3.2. DIMENSIÓN CORPORATIVA

Fiare Banca Ética cuenta con dos organismos voluntarios:

- el **Comité Ético**, elegido por la Asamblea de Socios, cuya labor es garantizar el cumplimiento de los principios reflejados en los estatutos y en el Código Ético del banco, y
- la **Organización Territorial de Personas Socias**, que, además de facilitar que las personas se hagan socias, incluye a la comisión de análisis socioambiental que evalúa el mérito crediticio de las organizaciones que solicitan financiación, y que explicaremos a continuación.

A continuación, se detallan las cantidades destinadas a financiar organizaciones y personas físicas en 2021, así como el porcentaje que corresponde a créditos que tienen un impacto positivo para el entorno.

Cuadro 5

Distribución de la financiación concedida en 2021 por Fiare Banca Ética según el tipo de cliente.

	Cantidad concedida en 2021	De impacto	%
Personas	95,6	90,6	94,7%
Organizaciones y empresas	249,2	241,6	97%
Total	344,8	332,2	96,3%

Nota. Fuente: Fiare Banca Ética, 2022.

Créditos a organizaciones

Cuando una empresa solicita financiación, el banco realiza una doble tramitación: por un lado, un análisis técnico basada exclusivamente en datos contables y, por otro, una evaluación socioambiental que tiene cuatro finalidades:

- Evaluar el nivel de compromiso socioambiental de los clientes.
- Evitar posibles riesgos de reputación derivados de prácticas contrarias a los valores de las finanzas éticas que puedan realizar los clientes.
- Fomentar la responsabilidad socioambiental en las compañías que establecen relación con la entidad.
- Implicar y valorizar la base social.

De esta forma, y según el principio de salvaguardia de los intereses sociales y económicos, Fiare Banca Ética debe actuar de forma que garantice el derecho a la protección de los ahorros de los clientes y el derecho de los socios a que la financiación concedida tenga efectos positivos para el entorno. Para ello, otorga la misma importancia al análisis económico-financiero que a la evaluación socioambiental. Esta última se realiza a través de un instrumento en línea denominado “Plataforma de Crédito”, que permite que clientes, filiales y evaluadores socioambientales entren en contacto. De esta forma, por medio de un Cuestionario Socioambiental (CSA), la entidad recoge toda la documentación e información necesaria sobre la RSC de la empresa solicitante y sobre el impacto potencial de la actividad a financiar. Los

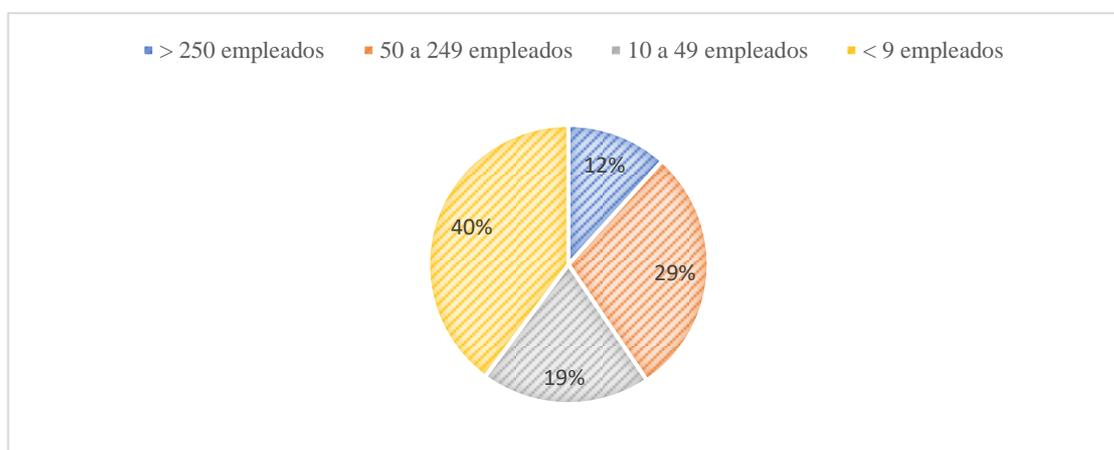
evaluadores del banco analizan la información de carácter cuantitativa que recoge el CSA y emiten una opinión cualitativa y subjetiva que será positiva, con reservas o negativa.

En 2021, de los 941 análisis que se realizaron a organizaciones jurídicas que solicitaron financiación, el 94,7% fue sometido a la evaluación socioambiental correspondiente. Los expedientes exentos se debieron o bien a que se trataba de compañías que ya se habían analizado en años anteriores o a situaciones de urgencia excepcionales. El compromiso que ha adquirido la entidad es indudable dado que el porcentaje de clientes que se evaluaban hace 5 años no llegaba al 60%.

La Figura 12 muestra la distribución de los préstamos concedidos en 2021 en función del tamaño de las organizaciones solicitantes. Del total de los 249,2 millones concedidos el 15,7% se destinó a España.

Figura 12

Distribución (%) de los créditos concedidos por Fiare Banca Ética en 2021 según el tamaño de la empresa.



Nota. Fuente: Fiare Banca Ética, 2022.

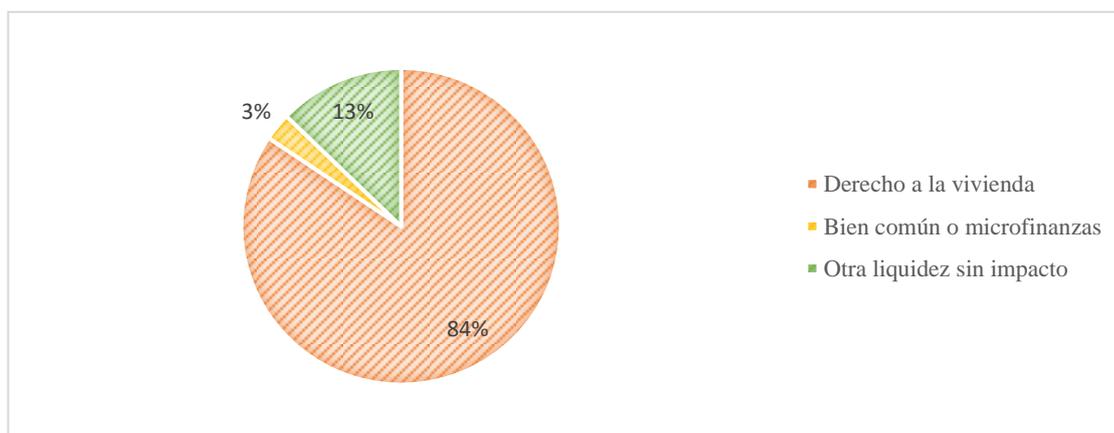
Préstamos a personas

En lo referente a las personas o familias, el banco no cuenta con un sistema de evaluación socioambiental como ocurre con las organizaciones, pero los préstamos se realizan teniendo en cuenta los principios que guían la idea de finanzas éticas del banco y, en ese sentido, Fiare Banca Ética es el único banco que considera el acceso al crédito como un derecho humano. Concretamente, de los préstamos concedidos a personas físicas, el banco tiene en cuenta dos factores a la hora de considerarlos de impacto: el tipo de producto y el perfil del cliente.

Como observamos en el gráfico siguiente, los préstamos a personas físicas se destinan principalmente a la obtención de viviendas.

Figura 13

Distribución (%) de los préstamos concedidos por Fiare Banca Ética a personas físicas en 2021 según la finalidad.



Nota. Fuente: Elaboración propia a través de datos de Fiare Banca Ética, 2022.

Proveedores

Fiare Banca Ética dispone de una política de suministro y se encarga de verificar que todos sus proveedores cumplan con la misma en lo referente a los criterios de RSC, de forma que pueda construir una cadena de suministro acorde con los valores del banco. Esta verificación se realiza tanto en proveedores potenciales como en los que ya están activos a modo de supervisión continua.

7.3.3. DIMENSIÓN DE RECURSOS HUMANOS

Fiare Banca Ética proporciona demasiados datos sobre su plantilla, pero aporta información sobre el número de empleados que, a cierre de 2021, era de 394, de los cuales 32 trabajaban en las tres sucursales españolas.

En lo referente a la igualdad de género, a cierre de 2021, el 44,5% eran mujeres y el 55,5% hombres, porcentaje que se ha mantenido relativamente estático en los últimos años, y en cuanto a los puestos directivos, el último dato que se conoce es de 2018 cuando la presencia de mujeres solo suponía el 24,7% del total. En el ámbito de remuneraciones, aunque no se ofrecen datos concretos, cabe destacar que, según la entidad, la relación entre la remuneración más alta y la más baja es de 3,66, mientras que, entre la más alta y la media, es de 2,52. Este valor de la horquilla retributiva, por tanto, respeta la relación máxima fijada de 1 a 5 es uno de los indicadores que sustenta el principio de sobriedad que persigue la entidad.

7.3.4. DIMENSIÓN MEDIOAMBIENTAL

La financiación destinada al ámbito medioambiental en 2021 ha ascendido a 95,8 millones de euros que se han repartido en tres áreas de impacto:

1. **Agricultura ecológica y de proximidad:** en esta área se concentran los créditos concedidos a organizaciones que producen respetando las normas de certificación de agricultura ecológica o aquellas con fuertes vínculos al territorio y que suponen cadenas

de suministro cortas. Se incluyen también actividades de pesca y ganadería con modelos de producción no intensivos.

2. **Lucha contra el cambio climático:** aquí se incluyen empresas que producen energía a través de fuentes renovables, además de actividades de formación en esta materia e hipotecas “casa verde” concedidas a personas físicas.
3. **Economía circular y protección del medio ambiente:** pertenecen a esta área organizaciones que realizan actividades de reciclaje, recuperación y reutilización, además del tratamiento de aguas residuales y la gestión de sistemas de depuración.

Cuadro 6

Resumen del impacto de la financiación concedida por Fiare Banca Ética en el ámbito medioambiental en 2021.

	ODS	Cantidad neta concedida		%	Beneficios
		Impacto directo ²²	Impacto indirecto ²³		
<i>Agricultura ecológica y de proximidad</i>	2 y 15	18,2	3,6	6,3%	15.782 áreas de cultivo ecológico
<i>Lucha contra el cambio climático</i>	7 y 13	39,6	8,2	13,9%	82.439 toneladas de CO ₂ evitadas
<i>Economía circular y protección del medio ambiente</i>	6, 12 y 15	35,3	8,5	12,7%	765.885 toneladas de residuos reciclados
TOTAL²⁴		95,8		100%	

Nota. Fuente: Elaboración propia a partir de datos de Fiare Banca Ética, 2022.

La propia entidad, en el desarrollo de su actividad, ha mantenido en los últimos cinco años un consumo proveniente de fuentes renovables irregular con tendencia a la baja y, en consecuencia, las emisiones de CO₂ evitadas han mantenido la misma línea, a excepción del último año en el que la mejora es muy notable como se puede observar en el siguiente cuadro:

²² Se refiere al impacto positivo generado a través del empleo de la financiación concedida

²³ Se refiere al impacto positivo generado por una organización en el desarrollo de su actividad y se tiene en cuenta solo cuando no hay impacto directo.

²⁴ La suma de los importes concedidos en cada área es superior al total de 95,8 millones de euros debido a que hay créditos que tienen impacto en más de un área, especialmente en organizaciones grandes, lo que genera duplicidad en algunos casos.

Cuadro 7

Resumen de los consumos de Fiare Banca Ética en los últimos 5 años.

	2017	2018	2019	2020	2021
Consumo eléctrico proveniente de fuentes renovables	99%	93%	99,8 %	97,5 %	96%
Papel reciclado	-	100%	100%	100%	83,8%
Emisiones de CO₂ evitadas	276,4 T/año	248,2 T/año	279,5 T/año	245,9 T/año	381,7 T/año

Nota. Fuente: Elaboración propia a partir de datos de Fiare Banca Ética, 2017-22.

7.3.5. DIMENSIÓN SOCIAL

La cantidad que Fiare Banca Ética destinó a la financiación del ámbito social en 2021 fue de 205 millones de euros, es decir, casi un 60% del total. Concretamente, la entidad considera el impacto que su financiación ha supuesto para 541 organizaciones y 860 personas físicas en cuatro ámbitos: asistencia social, derecho a la vivienda, inserción laboral para personas vulnerables y salud.

1. **Asistencia social:** esta área contribuye al ODS 1 que persigue el fin de la pobreza. Fiare Banca Ética incluye los créditos concedidos a empresas que llevan a cabo labores de asistencia a grupos minoritarios desfavorecidos como menores, ancianos, discapacitados, inmigrantes, etc. Las organizaciones receptoras de la financiación se encargan de actividades como la mediación, integración social, lucha contra la pobreza y planificación social.
2. **Derecho a la vivienda:** El ODS 11 persigue, entre otros objetivos, garantizar el acceso de todos a viviendas y servicios básicos adecuados, seguros y asequibles. En esta área se incluyen por tanto las organizaciones que se encargan de dar alojamiento a familias con dificultades. Adicionalmente, se incluyen las hipotecas concedidas a parejas jóvenes o familias monoparentales e hipotecas para la primera vivienda o para la adquisición de viviendas verdes.
3. **Inserción laboral de personas desfavorecidas:** uno de los ODS que más presente tiene la entidad es el 8, que promueve el trabajo decente y pleno para todos. Aquí se incluyen asociaciones de promoción social, negocios agrícolas o agroturismos, y empresas de inserción laboral que juegan un papel fundamental en España, pues tiene la obligación de que el 50% de sus empleados sean personas en riesgo de exclusión social.
4. **Salud:** en esta área se contribuye a la consecución del ODS 3, que busca garantizar salud y bienestar para todos y corresponde a las organizaciones que se ocupan de la atención sanitaria a pacientes que pertenezcan a grupos desfavorecidos.

A continuación, se incluye un cuadro resumen de la inversión en materia social y su impacto:

Cuadro 8

Resumen del impacto de la financiación concedida por Fiare Banca Ética en el ámbito social en 2021.

	ODS	Cantidad neta concedida		%	Personas beneficiadas
		Impacto directo	Impacto indirecto		
<i>Asistencia social</i>	1	58	27,9	24,9%	48.846 personas asistidas
<i>Derecho a la vivienda</i>	11	83,5	3,5	25,2%	148 familias alojadas y 554 hipotecas de primera vivienda concedidas
<i>Inserción laboral</i>	8	20,6	16,7	37,2%	3.854 puestos de trabajo
<i>Salud</i>	3	21,1	9,9	31%	22.235 pacientes asistidos
<i>Total²⁵</i>		205		100%	

Nota. Fuente: Elaboración propia a partir de datos de Fiare Banca Ética, 2022.

Dentro de la dimensión social podemos incluir, también, el área que Fiare Banca Ética denomina internacional y que abarca ámbitos como la acogida de inmigrantes y la cooperación internacional a la que la entidad destinó 42,7 millones de euros. En este caso, se contribuye a la consecución tanto del ODS 10, a través de la reducción de desigualdades y al 1 y 2 por medio de esfuerzos que suponen reducir la pobreza y hambre en el mundo. En 2021, gracias a los créditos concedidos por el banco, se pudo acoger a 4.307 personas emigrantes y hubo 1.010.462 beneficiario de proyectos de desarrollo local y asistencia en países en vías de desarrollo.

Por último, cabe destacar el compromiso de Fiare Banca Ética con la igualdad de género y el empoderamiento de la mujer, financiando en 2021 a 490 empresas lideradas por mujeres que supone el 25% del total de organizaciones financiadas.

²⁵ Al igual que ocurre en el ámbito medioambiental, las duplicidades provocan que el importe de la suma total sea superior a 205 millones.

8. COMPARATIVA DE ENTIDADES

Una vez analizadas las líneas de actuación que introducen las tres entidades en las diferentes dimensiones en las que se desarrolla la RSC en el ámbito bancario, ¿en qué se parecen y diferencian? Y, ¿cómo de implicadas están en materia de sostenibilidad? Lo trataré de resumir a continuación:

En cuanto a la forma de presentar la información sobre sostenibilidad, BBVA incluye un apartado de información no financiera dentro de sus cuentas anuales y, además, publica un informe denominado TCFD²⁶ que aporta datos financieros relacionados con el medioambiente. Laboral Kutxa emite un único documento anual denominado Memoria de Sostenibilidad y Estado de Información No Financiera y, por último, Fiare Banca Ética publica dos documentos anuales, el Balance Social de la entidad y el Informe de Impacto. Además, las tres entidades cuentan con órganos voluntarios específicos que, aunque denominados de forme diferente, Comité de Gestión de la Integridad Corporativa (BBVA), Comité de Sostenibilidad (Laboral Kutxa) y Comité Ético (Fiare Banca Ética), comparten un mismo fin: velar por el cumplimiento del Código de Conducta de cada entidad.

Al analizar el impacto medioambiental de las entidades, hay una diferencia destacable entre las dos entidades tradicionales y Fiare Banca Ética en lo referente a la información que proporcionan sobre las emisiones de GEI. De hecho, en el último informe del IIDMA²⁷ emitido en diciembre de 2021, se hace especial hincapié en que los principales bancos de España no informan sobre su impacto medioambiental a pesar de estar obligados por ley²⁸ desde 2018.

Tal y como ocurre en las memorias sostenibles de BBVA y Laboral Kutxa, la mayor parte de los datos que proporcionan las entidades españolas se centra en la huella ambiental de sus propios edificios o medios de transporte cuyo impacto es completamente marginal en comparación con las emisiones de GEI que producen las empresas que financian. Ambas entidades informan de los impactos medioambientales de los proyectos sostenibles en los que invierten, pero la escasez de información sobre el resto de su cartera no nos permite conocer el porcentaje que estos representan sobre el total y, por tanto, en base a la información que proporcionan, es imposible determinar el impacto real de su actividad en el medioambiente.

Fiare Banca Ética, sin embargo, dentro del apartado de emisiones indirectas, informa de manera detallada de las emisiones generadas por sus inversiones, dividiéndolas en cuatro categorías: títulos de deuda soberana, créditos a empresas, créditos a particulares y otras inversiones. De esa forma, aporta datos sobre el total de emisiones que su actividad indirecta genera y es posible compararlo con el total de emisiones evitadas durante el mismo ejercicio. Concretamente en 2021, las emisiones totales de CO₂ fueron de 80.190 toneladas, frente a las 82.603 toneladas evitadas (Fiare Banca Ética, 2022).

En lo referente a la inversión social, las diferencias también son notables. BBVA se centra mayoritariamente en impulsar la educación financiera y digital de los colectivos vulnerables para aumentar así su empleabilidad, a la vez que los empoderan y capacitan para enfrentarse a un mundo en el que los avances tecnológicos transforman la forma en que nos relacionamos, consumimos entretenimiento o pagamos en los establecimientos. Si algo ha puesto de manifiesto la crisis sanitaria es la necesidad de reducir las desigualdades de acceso a la educación, que cada vez son más acusadas en determinadas comunidades. BBVA quiere

²⁶ Task force on Climate related Financial Disclosures.

²⁷ Instituto Nacional de Derecho y Medio Ambiente.

²⁸ Ley 11/2018, de 28 de diciembre, por la que se modifica el Código de Comercio, el texto refundido de la Ley de Sociedades de Capital aprobado por el Real Decreto Legislativo 1/2010, de 2 de julio, y la Ley 22/2015, de 20 de julio, de Auditoría de Cuentas, en materia de información no financiera y diversidad.

contribuir a lograr una educación de calidad y accesible para todos, por lo que también invierte en becas y ayudas a emprendedores que necesiten un impulso para financiar sus investigaciones en materia científica, cultural o económica.

Laboral Kutxa, por otro lado, está volcada con la generación de puestos de trabajo, en especial en el País Vasco donde desarrolla la mayor parte de su actividad. Para ello, colabora con distintos organismos con el fin de facilitar el acceso al crédito de pequeñas empresas y de particulares como emprendedores o estudiantes. Además, canaliza parte de las comisiones de sus fondos de inversión y tarjetas de afinidad hacia diversas ONG.

Fiare Banca Ética, sin embargo, opta por concentrar sus esfuerzos en garantizar los derechos fundamentales de las personas y, concretamente, los de los colectivos más necesitados como ancianos, menores, familias monoparentales o inmigrantes. Así, su inversión social se destina prioritariamente a facilitar el acceso a vivienda y servicios básicos de personas en situación de desventaja, a la reinserción de colectivos en riesgo de exclusión social y a proveer de asistencia sanitaria a aquellos grupos que no tienen acceso a la misma.

Por último, en lo referente a la igualdad de género, la problemática es bastante similar en las tres entidades ya que, a pesar de que la representación de mujeres en las plantillas ya alcanza e incluso supera el 50%, los datos empobrecen considerablemente a medida que se incrementa el grado de responsabilidad. En los puestos directivos, de hecho, la representación femenina apenas llega al 30% y en lo referente a los Consejos Rectores, Laboral Kutxa es la única que cuenta con una representación femenina del 50%. Además, la brecha salarial, en mayor o menor medida, sigue presente en todas las categorías profesionales, por lo que la igualdad retributiva es todavía una utopía.

9. CONCLUSIONES

A día de hoy, la sociedad en su conjunto es muy consciente de la gran capacidad que tienen las empresas y, especialmente, las grandes organizaciones de influir en el entorno en el que operan y en el que tienen intereses económicos. Pero, como hemos podido comprobar a lo largo de este trabajo, aunque la RSC parezca un concepto reciente, la preocupación de la ciudadanía por las consecuencias de las acciones de los empresarios ya cuenta con al menos un siglo de antigüedad. La RSC, sin embargo, no nació tal y como la conocemos hoy y, lejos de ser un concepto estático, ha ido evolucionando al igual que lo ha hecho mundo empresarial y las demandas de la sociedad. Una definición que acota su significado en la actualidad podría ser las políticas que introducen las organizaciones en el diseño de su estrategia empresarial con el objetivo de minimizar los impactos negativos que supone su actividad para el entorno y potenciar, a su vez, el efecto positivo de la misma.

Ese descontento generalizado por parte de la sociedad, que empujó a las empresas a considerar otros intereses más allá de los económicos, también supuso asumir la evidente interdependencia existente entre la actividad empresarial y el entorno social, así como la correlación positiva entre las acciones sociales y los resultados financieros de las empresas. No obstante, el impulso definitivo a la RSC llegaría a comienzos del siglo XXI de la mano de organismos internacionales como la UE y la ONU que, en su labor de protección de los derechos humanos y apoyo al desarrollo sostenible, apostaron firmemente por fomentar un marco para la fijación de las primeras políticas de gobierno en esta materia. De esta forma, la gestión sostenible que, en un principio, nacía como un modelo de negocio al que acogerse de forma voluntaria, fue institucionalizándose hasta convertirse en un factor discriminador tanto en lo social, como en lo económico, pues la reputación de quien la evade se ve afectada, y en consecuencia también lo hace su rendimiento económico.

El impacto de las organizaciones en el entorno social y medioambiental, cuando se produce como resultado de una gestión responsable, puede ser el gran impulsor del desarrollo económico de un territorio concreto, de todo un país o del planeta en general. Por el contrario, cuando las empresas operan con el único objetivo de maximizar su beneficio económico y sin ningún tipo de miramiento hacia las preocupaciones sociales, ambientales o morales, se corre el grave riesgo de que esas prácticas poco éticas acaben desencadenando en una crisis, tal y como ocurrió en la última gran crisis financiera global de 2008. No es de extrañar, por tanto, que la RSC sea algo que preocupe a los ciudadanos y que sus demandas en cuanto a un comportamiento ético, moral y transparente sean cada vez mayores.

Además, la evidencia empírica indica que la incorporación de la RSC en el diseño de las estrategias corporativas y la fijación de los objetivos empresariales, no solo beneficia a los grupos de interés con los que se relaciona la empresa, sino que supone un valor añadido para la propia organización pues contribuye a la adquisición de ventajas competitivas con respecto a sus competidores, mejora su rendimiento, y garantiza su sostenibilidad en el tiempo gracias a un incremento de su credibilidad y legitimidad a ojos de la sociedad.

El sector bancario, concretamente, debido a su capacidad de redistribución de fondos y de decisión sobre quién tiene acceso al crédito y qué tipo de proyectos se financian, tiene una gran responsabilidad en el desarrollo social y en la reducción de las desigualdades y, por tanto, en su caso, más aún que en el de otros sectores, una gestión responsable de su actividad será clave para el desarrollo económico de un país. Pero lo cierto es que, en ocasiones, se produce un error conceptual cuando confundimos la RSC con acciones solidarias o inversiones sociales aisladas que, aunque sean beneficiosas, no suelen representar más que una forma de marketing social diseñado para mejorar la reputación de una corporación. La preocupación de las empresas por la imagen que proyectan y, en especial, las del sector bancario, que han sido señaladas repetidamente por sus prácticas poco éticas, ha supuesto que las entidades muestren especial interés por este nuevo modelo de negocio sostenible que tanto demanda la sociedad. Esto no

debería de resultar sorprendente cuando consideramos que la gestión de riesgos es un rasgo inherente a la actividad de las entidades bancarias, y es innegable que esos riesgos no son solo económicos, sino también medioambientales y sociales.

En lo referente a las tres entidades que hemos analizado, al margen de las particularidades de cada una de ellas, se puede afirmar que, aunque en niveles distintos, todas ellas participan en la consecución de los ODS, pero también es evidente y entra dentro de lo esperable, que la implicación de las entidades tradicionales dista mucho de la labor que realiza la banca ética.

En el caso concreto de BBVA, considero relevante mencionar que se trata de una de las entidades bancarias a nivel mundial que más fondos destina a financiar la industria armamentística. De hecho, según un estudio publicado por ICAN²⁹ en noviembre de 2021, BBVA invirtió más de 5.400 millones de euros entre 2019 y 2021 en empresas de armamento nuclear y relacionadas con el negocio de militarización de las fronteras. Además, en el último informe de ShareAction³⁰, publicado en febrero de 2022, BBVA figura en el puesto 15 con casi 10.000 millones de euros invertidos en los últimos cinco años en empresas que se dedican a la expansión de proyectos de gas y petróleo. Estos datos resultan especialmente contradictorios dado que BBVA hace publicidad de su implicación en la lucha contra el cambio climático y la transición hacia una economía baja en carbono.

Curiosamente, Laboral Kutxa también aparece en un informe de Centre Delàs³¹ sobre la financiación de empresas de armas ya que, en 2020, financió a Dassault, una empresa fabricante de aviones de combate con 768.416€ (lo que equivale al 0,28% de su cuota de mercado). El propio informe afirma que, aunque no responde a una intencionalidad explícita de ser partícipe de este sector, se trata de una gestión inapropiada en términos de respeto por la paz y los derechos humanos. En cualquier caso, la prioridad de Laboral Kutxa, tal y como corresponde a una cooperativa de crédito, es la de satisfacer las necesidades económicas de sus socios y conceder préstamos que fomenten la generación de riqueza y el empleo local. Por lo tanto, la responsabilidad de la entidad con la sociedad es inherente a su actividad y, además, el hecho de desarrollarla en un territorio muy concreto y con proveedores locales reduce enormemente los riesgos sociales y medioambientales de sus prácticas.

Fiare Banca Ética, a diferencia de las dos anteriores, no posee un fin lucrativo, sino que tiene como objetivo el beneficio social y, por tanto, todas sus prácticas y servicios se orientan al desarrollo social y medioambiental. Así, todos los proyectos en los que invierte son evaluados para garantizar que cumplen con los criterios ISR y, además, la entidad realiza un seguimiento exhaustivo del impacto de cada uno de ellos de forma que pueda evaluar las repercusiones de los mismos para posteriormente informar sobre ellas respetando el principio de transparencia.

En definitiva, todo parece indicar que la RSC no es una moda pasajera, sino que ha llegado para instalarse de manera permanente en la realidad empresarial. Sin embargo, la forma en que las organizaciones la integran en el desarrollo de su actividad no siempre se corresponde con el significado real del concepto. Tras el estudio realizado se puede afirmar que, aunque con objetivos diferentes y en niveles distintos, tanto Laboral Kutxa como Fiare Banca Ética integran la RSC dentro de su estrategia empresarial y fijan sus objetivos a partir de una implicación real con el entorno. Por el contrario, la firme apuesta de BBVA por industrias tan controvertidas como la armamentística y la de los combustibles fósiles es difícil de conciliar con unos valores que velen por la protección de los derechos humanos y del medioambiente, pues la RSC implica

²⁹ Campaña centrada en movilizar a la sociedad civil de todo el mundo para apoyar el objetivo específico de prohibir y eliminar las armas nucleares.

³⁰ Fundada en 2005, ShareAction es una organización benéfica registrada que promueve la inversión responsable y tiene como objetivo mejorar el comportamiento corporativo en temas ambientales, sociales y de gobierno.

³¹ El Centro de Estudios por la Paz J.M. Delàs es una entidad independiente de análisis de paz, seguridad, defensa y armamentismo dedicada a realizar investigación e incidencia política y social bajo un prisma de cultura de paz, sobre los efectos negativos del militarismo y los conflictos armados.

que una empresa asuma plena responsabilidad de sus actos por el efecto que tenga sobre cualquier agente al que afecte. En ese sentido, podemos afirmar que el banco realiza inversiones en materia social y medioambiental, desarrolla iniciativas educativas y culturales y, además, dispone de un amplio abanico de productos y servicios sostenibles acordes con los criterios ESG. Pero es igual de cierto que continúa lucrándose de prácticas poco éticas que evidencian que no ha asumido la RSC como parte indispensable de su actividad, sino que la utiliza como una herramienta de marketing que le permite dar respuesta a las demandas de una sociedad comprometida con su entorno, pero siempre con el fin prioritario de mejorar su imagen corporativa.

10. BIBLIOGRAFÍA

- Ackerman, R. W., & Bauer, R. A. (1976). *Corporate social responsiveness*. Reston Publishing.
- AECA. (2015, mayo 21). AECA.es – Asociación Española de Contabilidad y Administración de Empresas. AECA. <http://www.aeca.es>
- Aguilera, A., & Puerto, D. P. (2012). Crecimiento empresarial basado en la Responsabilidad Social. *Pensamiento y Gestión*, 32, 1-26.
<https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=64623932002>
- Alonso, J., Saraité, L., Haro de Rosario, A., & Caba-Pérez, C. (2016). Sector bancario a nivel mundial y los factores que influyen en su información sobre responsabilidad social corporativa. *Contaduría Universidad de Antioquia*, 68, 213-233.
<https://revistas.udea.edu.co/index.php/cont/article/download/327164/20784399/123153>
- Anshen, M. (1970). Changing the social contract: A role for business. *Columbia Journal of World Business*, 5(6), 6-14.
<http://connection.ebscohost.com/c/articles/5539203/changing-social-contract-role-business>
- Argandoña, A. (2007). La responsabilidad social de la empresa a la luz de la ética [Universidad de Navarra]. <https://media.iese.edu/research/pdfs/DI-0708.pdf>
- Argandoña, A. (2009). ¿Puede la responsabilidad social corporativa ayudar a entender la crisis financiera? [Universidad de Navarra]. <https://media.iese.edu/research/pdfs/DI-0790.pdf>
- Aubineau, Q., & Barreira, A. (2021). La banca española y el reporte de cuestiones ambientales. *Iidma.org*.
https://www.iidma.org/attachments/Publicaciones/Banca_Espanola_reporte_cuestiones_ambientales_pro.pdf
- Baeza, C. (2021, noviembre 8). BBVA celebra la diversidad de sus empleados y empleadas. BBVA. <https://www.bbva.com/es/sostenibilidad/bbva-celebra-la-diversidad-de-sus-empleados-y-empleadas/>
- Bagehot, W. (1873). *Lombard Street*. Homewood, IL: Richard D. Irwin, 1873 (1962 Edition)
- Barnard, C. I. (1938). *Functions of the executive* (30a ed.). Harvard University Press.
- Bateman, T. S., & Snell, S. A. (2005). En *Administración: un nuevo panorama competitivo* (pp. 147-151). McGraw-Hill.
- BBVA. (2017). Nuestros Valores. *Bbva.com*.
<https://accionistaseinversores.bbva.com/microsites/bbvain2017/downloads/nuestros-valores.pdf>
- BBVA. (2022a). Cuentas Anuales 2021. *Bbva.com*.
<https://accionistaseinversores.bbva.com/microsites/bbvain2021/downloads/cuentas-anuales-2021.pdf>

- BBVA. (2022b). Cuentas Anuales, Informe de Gestión e Informe de Auditoría. Bbva.com. <https://accionistaseinversores.bbva.com/wp-content/uploads/2022/03/Cuentas-Anuales-e-IG-Diciembre-2021-BBVASA.pdf>
- Benedikter, R. (2011). *Social Banking and Social Finance: Answers to the Economic Crisis* [Stanford University]. <https://doi.org/10.1007/978-1-4419-7774-8>
- Bodie, Z., & Merton, R. (1999). *Finanzas*. Prentice Hall. https://www.researchgate.net/profile/Robert-Merton-2/publication/44520989_Finanzas_Zvi_Bodie_Robert_C_Merton/links/573e0c9a08aea45ee842e26f/Finanzas-Zvi-Bodie-Robert-C-Merton.pdf
- Bowen, H. R. (1953). *Social responsibilities of the businessman*. Harper & Row.
- Bravo, R., Matute, J., & Pina, J. (2011). Corporate social responsibility as a key element of banks' identity: a content analysis.
- Burke, M., & Logsdon, J. M. (1996). How Corporate Social Responsibility Pays Off. *Long Range Planning*, 29(4), 495-502. https://www.researchgate.net/publication/222295330_How_Corporate_Social_Responsibility_Pays_Off
- Caballero, I., & Balaguer, A. I. (s. f.). NTP 687: Responsabilidad social de las empresas: Modelo de Balance Social de ANDI -OIT (I). Insst.es. Recuperado 12 de agosto de 2022, de https://www.insst.es/documents/94886/326775/ntp_687.pdf/e92da09f-0790-4556-b1a1-ee8ba42a5165?version=1.0&t=1528459626286
- Cajalaboral, P. (2012, marzo 20). Caja Laboral e Ipar Kutxa entablan conversaciones formales para la integración de las dos entidades en un proyecto cooperativo común. Sala de prensa Laboral Kutxa. <https://prensa.laboralkutxa.com/caja-laboral-e-ipar-kutxa-entablan-conversaciones-formales-para-la-integracion-de-las-dos-entidades-en-un-proyecto-cooperativo-comun/>
- Calvo, A., Parejo, J. A., Rodríguez, L., & Cuervo, A. (2014). *Manual del sistema financiero español*. Ariel.
- Calvo, J., & Aragón, E. (2020). Aseguradoras y Fondos de Pensiones que financian empresas de armas. Centre Delàs. https://www.bancaarmada.org/images/informe45_BancaAseguradorasArmadas_CAST_DEF.pdf
- Capriotti, P. (2006). Concepción e importancia actual de la ciudadanía corporativa. *Razón y Palabra*, 53. <https://www.redalyc.org/pdf/1995/199520728013.pdf>
- Caravedo, B. (1998). *El impacto social de las empresas mineras en el Perú*. Instituto de Estudios Energético Mineros.
- Carbó, S. (2014, marzo 30). La confianza en el sector bancario tras la crisis económica. ELMUNDO. <https://www.elmundo.es/economia/2014/03/30/5335a25b268e3e8d408b4578.html>

- Cardona, A. O. (2017). La historia de casi 100 años de la responsabilidad social empresarial. *Diario La República*. <https://www.larepublica.co/responsabilidad-social/la-responsabilidad-social-empresarial-tiene-un-recorrido-historico-a-nivel-global-2528179>
- Carroll, A. B. (1983). Corporate social responsibility: will industry respond to cutbacks in social program funding? *Vital Speeches of the Day*, 49, 604-608. https://www.researchgate.net/publication/331413180_CSR_Will_Industry_Respond_to_Cutbacks_in_Social_Program_Funding
- Carroll, A. B. (1991). The pyramid of corporate social responsibility: Toward the moral management of organizational stakeholders. *Business Horizons*, 34(4), 39-48. [https://doi.org/10.1016/0007-6813\(91\)90005-G](https://doi.org/10.1016/0007-6813(91)90005-G)
- Carroll, A.B. (1999). Corporate social responsibility: Evolution of a definitional construct. *Business & Society*, 38(3), 268-295
- Carroll, A.B. & Shabana, K.M. (2010). The Business Case for Corporate Social Responsibility: A Review of Concepts, Research and Practice. *International Journal of Management Reviews*, 12, 85-105. <https://doi.org/10.1111/j.1468-2370.2009.00275.x>
- Comisión de las Comunidades Europeas. (2001). Libro Verde. [https://www.europarl.europa.eu/meetdocs/committees/deve/20020122/com\(2001\)366_es.pdf](https://www.europarl.europa.eu/meetdocs/committees/deve/20020122/com(2001)366_es.pdf)
- Comisión de las Comunidades Europeas. (2011). Estrategia renovada de la UE para 2011-2014 sobre la responsabilidad social de las empresas. <https://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=COM:2011:0681:FIN:es:PDF>
- Cortina, A. (2000). *Ética de la empresa: Claves para Una Nueva cultura empresarial*. Trotta.
- Cuadrado, L., Romo, L., & Rubio, M. (2010). El mercado hipotecario residencial en EEUU. Evolución, estructura e interrelación con las crisis. Banco de España: Boletín Económico, junio 2010, 89-103. <https://www.bde.es/f/webbde/SES/Secciones/Publicaciones/InformesBoletinesRevistas/BoletinEconomico/10/Jun/Fich/art6.pdf>
- Daft, R. L. (2011). *Teoría y Diseño Organizacional* (10.a ed.). Cengage Learning Editores S.A. de C.V. <https://www.auditorlider.com/wp-content/uploads/2019/06/Teor%C3%ADa-y-Dise%C3%B1o-Organizacional.-Richard-Daft.pdf>
- Davis, K. (1960). Can Business Afford to ignore CSR? *California Management Review*, 2(3), 70-76. <https://doi.org/10.2307/41166246>
- Davis, K. (1973). The case for and against assumption of social responsibilities. *Academy of Management Journal*, 16, 312-322. <https://doi.org/10.5465/255331>
- Davis, K. (1975). Five propositions for social responsibility. *Business Horizons*, 18(3), 19-24. [https://doi.org/10.1016/0007-6813\(75\)90048-8](https://doi.org/10.1016/0007-6813(75)90048-8)
- Davis, K., & Blomstrom, R. L. (1966). *Business and Its Environment*. McGraw-Hill.
- De Andrés, P., & Vallelado, E. (2008). Corporate Governance in Banking: The Role of Board of Directors. *Journal of Banking and Finance*, 32(12), 2570-2580. <https://doi.org/10.1016/j.jbankfin.2008.05.008>

- De la Cuesta, M. (2006). Responsabilidad social del sector bancario. Su contribución a un desarrollo más sostenible. Papeles de economía española, 108.
https://www.funcas.es/wp-content/uploads/Migracion/Articulos/FUNCAS_PEE/108art14.pdf
- Dean, D. H. (2004). Consumer reaction to negative publicity. *Journal of Business Communication*, 41(2), 192-211. <https://doi.org/10.1177/0021943603261748>
- Decker, O. (2004). Corporate social responsibility and structural change in financial services. *Managerial Auditing Journal*, 19(6), 712-728.
<https://doi.org/10.1108/02686900410543840>
- Donaldson, T., & Dunfee, T. W. (2002). Ties that bind in business ethics: Social contracts and why they matter. *Journal of Banking & Finance*, 26(9), 1853-1865.
[https://doi.org/10.1016/s0378-4266\(02\)00195-4](https://doi.org/10.1016/s0378-4266(02)00195-4)
- Drucker, P. (1984). The new meaning of corporate social responsibility. *California Management Review*, 26(2), 53-63.
- Drucker, P. (1996). *Drucker, su visión sobre: la administración, la organización basada en la información, la economía y la sociedad*. Grupo Editorial Norma.
- Echaiz, D. (2006). *Antecedentes de la responsabilidad social corporativa en la Unión Europea*. Editora Normas Legales.
- El Foro Económico Mundial. (s. f.). Foro Económico Mundial. Recuperado 2 de septiembre de 2022, de <https://es.weforum.org/>
- Elkington, J. (1997). *Cannibals with forks: The triple bottom line of 21st century business*. Capstone Publishing.
<https://www.sdg.services/uploads/9/9/2/1/9921626/cannibalswithforks.pdf>
- Emami-Langroodi, F. (2017). Schumpeter's theory of economic development: A study of the creative destruction and entrepreneurship effects on the economic growth. *SSRN Electronic Journal*. <https://doi.org/10.2139/ssrn.3153744>
- EpData. (2022). Resultados BBVA: beneficios, ingresos y empleados. EpData.
<https://www.epdata.es/datos/resultados-bbva-beneficios-ingresos-empleados/187>
- Fernández, A. I., & González, F. (2005). *Desarrollo financiero, riqueza y crecimiento económico [Universidad de Oviedo]*.
http://www.unioviado.es/fgonzale/publications/_ME_Desarrollo_Financiero,_Riqueza_y_Crecimiento_Econ%C3%B3mico.pdf
- Fernández García, R. (2010). *Responsabilidad social corporativa*. Club Universitario, Editorial.
<https://docplayer.es/13019349-Responsabilidad-social-corporativa.html>
- FETS. (2022). *Promovem el finançament ètic i solidari*. <https://fets.org/es/>
- Fiare Banca Ética. (2021). *Balance Integrado 2020*.
https://partecipazione.bancaetica.it/media/files/assemblea-26/Bilancio_Integrato_2020_Vers._Spagna.pdf

- Fiare Banca Ética. (2022a). Balance Social 2021. Fiarebancaetica.Coop.
<https://balancesocial.fiarebancaetica.coop/balance-social-2021/>
- Fiare Banca Ética. (2022b). Informe de Impacto 2022. Fiarebancaetica.coop.
<https://www.fiarebancaetica.coop/sites/fiarebancaetica.com/files/documenti/informe-impacto-2022.pdf>
- Fitzgerald, V. (2007). Desarrollo financiero y crecimiento económico: una visión crítica. Principios, 7. https://www.fundacionsistema.com/wp-content/uploads/2015/05/PPIOS7_Valpy-FitzGerald.pdf
- Flores, J., Ogliastri, E., Peinado-Vara, E., & Petry, E. (Eds.). (2007). El argumento empresarial de la RSE: 9 casos de América Latina y el Caribe. Banco Internacional de Desarrollo. <https://publications.iadb.org/publications/spanish/document/El-argumento-empresarial-de-la-RSE-9-casos-de-Am%C3%A9rica-Latina-y-el-Caribe.pdf>
- Frederick, W. C. (1994). From CSR1 to CSR2: The maturing of business-and-society thought. *Business and Society*, 33(2), 150-164. <https://doi.org/10.1177/000765039403300202>
- Freeman, R. E. (1983). *Strategic Management: A Stakeholder Approach*. Financial Times Prentice Hall.
- Friedman, Milton. (1962). *Capitalism and Freedom*. University of Chicago Press.
- Friedman, M. (1970). The social responsibility of business is to increase its profits. *The New York times*. <https://www.nytimes.com/1970/09/13/archives/a-friedman-doctrine-the-social-responsibility-of-business-is-to.html>
- Furioc, E. (2017a, julio 14). BBVA firma el primer «green loan» con estructura project finance a escala mundial. BBVA. <https://www.bbva.com/es/bbva-firma-primer-green-loan-project-finance-escala-mundial/>
- Furioc, E. (2017b, septiembre 12). BBVA financia a Novo Hospital de Vigo con el primer ‘green project finance’ de España. BBVA. <https://www.bbva.com/es/bbva-financia-novo-hospital-vigo-primer-green-project-finance-espana/>
- Furioc, E. (2017c, octubre 17). BBVA promociona la financiación sostenible en la ONU. BBVA. <https://www.bbva.com/es/bbva-promociona-financiacion-sostenible-onu/amp/>
- García, Ó. (2019, diciembre 5). Productos sostenibles de BBVA para un futuro verde. BBVA. <https://www.bbva.com/es/sostenibilidad/productos-sostenibles-de-bbva-para-un-futuro-verde/>
- García-Marzá, D. (2007). Responsabilidad social de la empresa: Una aproximación desde la ética empresarial. *VERITAS*, 2(17), 183-204. <https://www.redalyc.org/pdf/2911/291122924001.pdf>
- González Esteban, E. (2007). La teoría de los stakeholders: un puente para el desarrollo práctico de la ética empresarial y de la responsabilidad social corporativa. *VERITAS*, 2(17), 205-224. <https://www.redalyc.org/pdf/2911/291122924002.pdf>
- Hicks, J. (1969). *A Theory of Economic History*. Clarendon Press,

- Hupperts, P. (2008). El tango de la sostenibilidad: el desafío de la responsabilidad social empresaria. Temas grupo editorial.
- Iberdrola. (2021, abril 22). ESG, ¿cómo realizar inversiones sostenibles y responsables? <https://www.iberdrola.com/compromiso-social/criterios-esg>
- ICAN. (2021). Perilous Profiteering: The companies building nuclear arsenals and their financial backers. https://d3n8a8pro7vhmx.cloudfront.net/ican/pages/2331/attachments/original/1637140616/2021_Perilous_Profiteering_ExecSummary.pdf?163714061
- Johnson, H. L. (1971). Business in contemporary society: framework and issues. Wadsworth Publishing.
- Kreps, Theodore J. (1940). *Measurement of the social performance of business*. Government Printing Office, Monograph No. 7-8
- Laboral Kutxa. (2020, octubre 2). *La gestión ambiental en LABORAL Kutxa - Ba da beste modu bat*. | Laboral Kutxa Blog. <https://blog.laboralkutxa.com/la-gestion-ambiental-en-laboral-kutxa/>
- Laboral Kutxa. (2022, 9 abril). *Txomin García: “los objetivos de desarrollo sostenible marcan una línea en la que, por nuestro origen, hemos recorrido ya parte del camino”*. Sala de prensa Laboral Kutxa. Recuperado 5 de agosto de 2022, de <https://prensa.laboralkutxa.com/txomin-garcia-los-objetivos-de-desarrollo-sostenible-marcen-una-linea-en-la-que-por-nuestro-origen-hemos-recorrido-ya-parte-del-camino/>
- Laboral Kutxa. (2022a). Memoria de Sostenibilidad y Estado de Información No Financiera. Laboralkutxa.com. https://corporativa.laboralkutxa.com/src/uploads/2022/05/Memoria_Sostenibilidad_2021_CAS.cleaned.pdf
- Laboral Kutxa. (2022b, julio 12). *Qué Objetivos de Desarrollo Sostenible queremos alcanzar en LABORAL Kutxa y cómo estamos avanzando - Ba da beste modu bat* | Laboral Kutxa Blog. <https://blog.laboralkutxa.com/ods-laboralkutxa-avanzar/>
- Lee, M.-D. P. (2008). A review of the theories of corporate social responsibility: Its evolutionary path and the road ahead. *International Journal of Management Reviews*, 10(1), 53-73. <https://doi.org/10.1111/j.1468-2370.2007.00226.x>
- Lerin, X., Martin, J., & Shields, K. (2022). Oil & gas expansion A lose-lose bet for banks and their investors. ShareAction. <https://shareaction.org/reports/oil-gas-expansion-a-lose-lose-bet-for-banks-and-their-investors>
- Levine, R. (2004). Finance and growth: Theory and evidence. National Bureau of Economic Research. <https://doi.org/10.3386/w10766>
- Levitt, T. (1958). The dangers of social responsibility. *Harvard Business Review*, September-October, 41-50. <http://57ef850e78feaed47e42-3eada556f2c82b951c467be415f62411.r9.cf2.rackcdn.com/Levitt-1958-TheDangersofSR.pdf>

- Lichtenstein, D. R., Drumwright, M. E., & Braig, B. M. (2004). The effect of corporate social responsibility on customer donations to corporate-supported nonprofits. *Journal of Marketing*, 68(4), 16-32. <https://doi.org/10.1509/jmkg.68.4.16.42726>
- McDonald, L. M., & Rundle-Thiele, S. (2008). Corporate social responsibility and bank customer satisfaction: A research agenda. *International Journal of Bank Marketing*, 26(3), 170-182. <https://doi.org/10.1108/02652320810864643>
- Montoya Pérez, J. J. (2016). El Desarrollo Financiero y el Crecimiento Económico. REICE Revista Electrónica de Investigación en Ciencias Económicas, 4(7), 325-349. <https://doi.org/10.5377/reice.v4i7.2837>
- Moreno, R. (2015). Los Stakeholders y la Responsabilidad Social Corporativa. En *El Gobierno Corporativo en Iberoamérica* (pp. 477-538). <https://www.iimv.org/iimv-wp-1-0/resources/uploads/2015/03/Capitulo-13-.pdf>
- Mozas, A., & Puentes, R. (2010). La responsabilidad social corporativa y su paralelismo con las sociedades cooperativas. *REVESCO. Revista de Estudios Cooperativos*, 103, 75-100. <https://www.redalyc.org/pdf/367/36715601004.pdf>
- Naciones Unidas. (2015, septiembre 17). Objetivos y metas de desarrollo sostenible. <https://www.un.org/sustainabledevelopment/es/objetivos-de-desarrollo-sostenible/>
- Navarro García, F. (2008). Responsabilidad social corporativa: teoría y práctica. Esic.
- Nelson, J., & Grayson, D. (2017). World business council for sustainable development (WBCSD). En *Corporate Responsibility Coalitions* (pp. 300-317). Routledge.
- Observatorio de Responsabilidad Social Corporativa. (2013, junio 3). Qué es RSC. <https://observatoriorsc.org/la-rsc-que-es/>
- Organización Internacional del Trabajo. (2010). Helpdesk de la OIT. Ilo.org. https://www.ilo.org/wcmsp5/groups/public/---ed_emp/---emp_ent/---multi/documents/publication/wcms_142694.pdf
- Otálora, E. (2016). Ciudadanía corporativa. Una nueva visión de las organizaciones en el siglo XXI [Universidad Santo Tomás]. <https://repository.usta.edu.co/bitstream/handle/11634/27928/quintapartecomunicaci%C3%B3ncapitulo4ciudadaniacorporativa2020fredyalbarracin.pdf?isAllowed=y&sequence=1>
- Paladino, M. (2004). Responsabilidad de La Empresa En La Sociedad. Ariel.
- Paladino, M. (2006): “Responsabilidad de la empresa y del empresario en la sociedad”. *PAD revista de egresados*, 39-47. <http://cendoc.esan.edu.pe/fulltext/ejournals/PAD/7/paladino.pdf>
- Paladino, M. y Rocha, H. (2013). De la Responsabilidad Social Empresaria al Desarrollo Integral Local. Lid Editorial Empresarial, S.R.L.
- Pérez, E., Romano, J., Nieto, J., Lobejón, L., Gutiérrez, J., & Carpintero, O. (Eds.). (2014). *Perspectivas Económicas Alternativas. XIV Jornadas de Economía Crítica*. Facultad de CC Económicas y Empresariales. http://www5.uva.es/jec14/comunica/DOC_FINAL_ISBN.pdf

- Pérez-Ruiz, A., & Rodríguez-Del Bosque, I. (2012). La imagen de Responsabilidad Social Corporativa en un contexto de crisis económica: El caso del sector financiero en España. *Universia Business Review*, 33, 14-29.
<https://www.redalyc.org/pdf/433/43323186001.pdf>
- Perrow, C. (1997). Organizing for environmental destruction. *Organization & Environment*, 10(1), 66-72. <https://doi.org/10.1177/0921810697101009>
- PWC. (2020). Caja Laboral Popular Coop. de Crédito y sociedades dependientes (Grupo Consolidado). https://corporativa.laboralkutxa.com/src/uploads/2020/07/CLP-2019-Consolidado_cas-web.pdf
- Robinson, J. (1952). The Generalization of the General Theory. In: *the Rate of Interest and Other Essays*. Macmillan.
- Roldán, J. M., & Caro, A. (2015). Las entidades financieras en España. Un sistema en evolución al servicio de la sociedad.
https://www.ieaf.es/p/item/download/1099_d7c7d53fe5cfda4324f087456661e2b0
- Sabogal, J. (2008). Aproximación y cuestionamientos al concepto responsabilidad social empresarial. *Revista Facultad De Ciencias Económicas: Investigación Y Reflexión*, 16(1), 179-195. <https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/4237658.pdf>
- San José, L., & Retozala, J. L. (2006). Análisis comparativo de la banca ética con la banca tradicional: identificación de indicadores. *Conocimiento, Innovación y Emprendedores: camino al futuro*, 1104-1118. <https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/2233331.pdf>
- Santander. (2020, septiembre 4). ¿Qué son los criterios ESG y por qué son tan relevantes? Santander Bank. <https://www.santander.com/es/stories/que-son-los-criterios-esg-y-por-que-son-tan-relevantes>
- Sarro, M. M., Cuesta, P., & Penelas, A. (2007). La responsabilidad social corporativa (RSC): una orientación emergente en la gestión de las entidades bancarias españolas. *Conocimiento, innovación y emprendedores: camino al futuro*, 1928-1942.
<https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/2232692.pdf>
- Scheire, C., & Maertelaere, S. (2009). Banking to make a difference [Artevelde University College]. <http://rfaapp01.itafhosting.be/sites/default/files/references/files/519.pdf>
- Schumpeter, J. (2017). *Theory of economic development*. Routledge.
- Schvarstein, L. (2003). La inteligencia social de las organizaciones: desarrollando las competencias necesarias para el ejercicio efectivo de la responsabilidad social (pp. 48-49). Paidós Ibérica.
- Selvi, Y., Wagner, E., & Turiel, A. (2010). Corporate Social Responsibility in the time of financial crisis: Evidence from Turkey. *Annales Universitatis Apulensis Series Oeconomica*, 12(1), 281-290.
- Sheldon, O. (1923). *The philosophy of management*. Pitman & Sons.
<https://ia800202.us.archive.org/28/items/philosophyofmana00sheluoft/philosophyofmana00sheluoft.pdf>

- UNEP FI. (2019). *'Principles for Responsible Banking' and their supporting framework released following six-month consultative process — Endorsed by more than 100+ financial institutions ahead of their 22 September global launch — United Nations Environment – Finance Initiative*. Unepfi.org.
<https://www.unepfi.org/industries/banking/principles-for-responsible-banking-released/>
- UNEP FI. (2022). Principios de Banca Responsable (PRB). Unepfi.org.
https://www.unepfi.org/wordpress/wp-content/uploads/2022/04/UNEP-FI_-Principios-Banca-Responsable.pdf
- Vélez, A. M. (2011). Un recorrido hacia la responsabilidad social corporativa. *Revista Ciencias estra*, 19(25), 55-74. <https://www.redalyc.org/pdf/1513/151322413004.pdf>
- Waddock, S. (2004). Parallel universes: Companies, academics, and the progress of corporate citizenship. *Business and Society Review*, 109(1), 5-42. <https://doi.org/10.1111/j.0045-3609.2004.00002.x>
- Weber, M. (2008). The business case for corporate social responsibility: A company-level measurement approach for CSR. *European Management Journal*, 26(4), 247-261.
<https://doi.org/10.1016/j.emj.2008.01.006>