

**UNIVERSIDAD DE CÓRDOBA**

FACULTAD DE DERECHO Y CIENCIAS ECONÓMICAS Y EMPRESARIALES

Departamento de Estadística, Econometría, Investigación Operativa,  
Organización de Empresas y Economía Aplicada



**TESIS DOCTORAL**

**La Responsabilidad Social Corporativa en las  
Entidades Financieras de Depósito en España:  
Análisis desde el punto de vista de la  
información sobre stakeholders suministrada  
y sus determinantes**

DIRECTORES:

DR. D. FERNANDO JOSÉ FUENTES GARCÍA

DRA. DÑA. SANDRA SÁNCHEZ CAÑIZARES

DOCTORANDO:

PABLO RODRÍGUEZ GUTIÉRREZ

**CÓRDOBA, MAYO DE 2013**

TITULO: *LA RESPONSABILIDAD SOCIAL CORPORATIVA EN LAS ENTIDADES FINANCIERAS DE DEPÓSITO EN ESPAÑA: ANÁLISIS DESDE EL PUNTO DE VISTA DE LA INFORMACION SOBRE STAKEHOLDERS SUMINISTRADA Y SUS DETERMINANTES.*

AUTOR: *PABLO RODRÍGUEZ GUTIÉRREZ*

---

© Edita: Servicio de Publicaciones de la Universidad de Córdoba.  
Campus de Rabanales  
Ctra. Nacional IV, Km. 396 A  
14071 Córdoba

[www.uco.es/publicaciones](http://www.uco.es/publicaciones)

[publicaciones@uco.es](mailto:publicaciones@uco.es)

---



# **UNIVERSIDAD DE CÓRDOBA**

FACULTAD DE DERECHO Y CIENCIAS ECONÓMICAS Y EMPRESARIALES

TÍTULO DE LA TESIS:

**LA RESPONSABILIDAD SOCIAL CORPORATIVA EN LAS ENTIDADES FINANCIERAS DE  
DEPÓSITO EN ESPAÑA: ANÁLISIS DESDE EL PUNTO DE VISTA DE LA INFORMACIÓN  
SOBRE STAKEHOLDERS SUMINISTRADA Y SUS DETERMINANTES**

Tesis que presenta para optar al grado de Doctor en Ciencias Económicas y Empresariales D. Pablo Rodríguez Gutiérrez, bajo la dirección de los Doctores D. Fernando José Fuentes García y Dña. Sandra Sánchez Cañizares, profesores de la Facultad de Derecho y Ciencias Económicas y Empresariales de la Universidad de Córdoba.

Vº. Bº. De los Directores:

Prof. Dr. D. Fernando José Fuentes García    Prof<sup>a</sup>. Dra. Dña. Sandra Sánchez Cañizares

El Doctorando:

Pablo Rodríguez Gutiérrez

Córdoba, mayo de 2013







**TÍTULO DE LA TESIS: “LA RESPONSABILIDAD SOCIAL CORPORATIVA EN LAS ENTIDADES DE DEPÓSITO EN ESPAÑA: ANÁLISIS DESDE EL PUNTO DE VISTA DE LA INFORMACIÓN SOBRE STAKEHOLDERS SUMINISTRADA Y SUS DETERMINANTES”**

**DOCTORANDO/A: Pablo Rodríguez Gutiérrez**

**INFORME RAZONADO DEL/DE LOS DIRECTOR/ES DE LA TESIS**

(se hará mención a la evolución y desarrollo de la tesis, así como a trabajos y publicaciones derivados de la misma).

El documento de tesis presentado ha sido elaborado por el doctorando bajo nuestra codirección y en un período de cuatro años en los que hemos apreciado una favorable evolución y madurez.

El tema elegido fue determinado en concordancia con el perfil del doctorando y la imperiosa necesidad de transparencia que actualmente se exige a las grandes empresas españolas. La emisión de informes de responsabilidad social corporativa es una de las principales herramientas de respuesta a este reto y un avance social considerable.

Durante la fase de elaboración del trabajo el doctorando:

- a) ha realizado una estancia en el Reino Unido a fin de optar a la mención internacional de doctorado;
- b) ha asistido y presentado varias comunicaciones en congresos nacionales e internacionales de economía y organización de empresas, siendo relevantes sus presentaciones en las *Jornadas Hispanolusas de Gestión Científica y AEDEM*;
- c) ha publicado artículos relacionados con la temática de la tesis en revistas con censores, como por ejemplo

-“Aplicación de la metodología del análisis de contenido a la revelación de información sobre clientes y empleados en las entidades financieras españolas a través de las memorias RSC (2007 - 2010)”

Pablo Rodríguez Gutiérrez, Fernando J. Fuentes García, Sandra María Sánchez Cañizares

Prisma Social: revista de ciencias sociales, ISSN-e 1989-3469, Nº. 9, 2012

-“Revelación de información sobre clientes, comunidad, empleados y medio ambiente en las entidades financieras españolas a través de las memorias de responsabilidad social corporativa (2007-2010)”

Pablo Rodríguez Gutiérrez, Fernando J. Fuentes García, Sandra María Sánchez Cañizares

Investigaciones Europeas de Dirección y Economía de la empresa, ISSN-e 1135-2523, aceptado para su publicación en diciembre de 2012

-Además está aceptado y pendiente de publicar otro artículo en “UNIVERSIA BUSINESS REVIEW”

El documento elaborado tiene el rigor exigido a una tesis doctoral y supone un avance en el conocimiento en la materia objeto de la tesis.

Por todo ello, se autoriza la presentación de la tesis doctoral.

Córdoba, 17 de mayo de 2013

Firma del/de los director/es

Fdo.: Fernando J. Fuentes García

Fdo.: Sandra M<sup>a</sup> Sánchez Cañizares



*“Si el pueblo permite un día que los bancos privados controlen su moneda, los bancos y las instituciones que florecerán en torno a los bancos, privarán a la gente de toda posesión, primero por medio de la inflación, enseguida por la recesión, hasta el día que sus hijos se despertarán sin casa y sin techo, sobre la tierra que sus padres conquistaron”.*

-Thomas Jefferson, 1802-



## AGRADECIMIENTOS

En primer lugar me gustaría agradecer la ayuda fundamental recibida por mis directores de tesis y compañeros Fernando J. Fuentes García y Sandra Sánchez Cañizares, quienes en los últimos cuatro años, me han ido guiando por el largo camino recorrido, una carrera de fondo en la que en muchas ocasiones me han ayudado a coger nuevo impulso.

Agradecer también el apoyo de los compañeros del área de Organización de Empresas de la Facultad de Derecho y CC. EE. y empresariales, especialmente a Guzmán, Julia y Luna y sus consejos.

Al profesor Pedro Alcudia, profesor que me introdujo en la investigación en la universidad a través de su apoyo en la concesión de una plaza de colaboración en el departamento de Economía Aplicada.

A la Consejería de Economía, Innovación, Ciencia y Empleo por la financiación del programa de formación de personal docente e investigador del que he formado parte y que ha permitido que haya podido dedicarle el tiempo suficiente a este trabajo.

Al profesor Peter Lawrence por su acogida y todas las facilidades a lo largo de mi estancia de investigación en la Universidad de Keele la cual sirvió además como impulso en el desarrollo del trabajo de investigación; y gracias a Antonio, Manu y otros amigos por hacerla mucho más amena y ayudarme a superar momentos bajos.

No quiero dejar de pasar la oportunidad para agradecer el apoyo de mi familia y amigos por todo el tiempo en que me he encontrado ausente y por los ánimos recibidos. En especial a Mercedes, mi compañera y amiga, por todos los ratos que ha compartido conmigo y quien conoce casi mejor que yo el esfuerzo y tiempo dedicados y que de manera estoica me ha sabido soportar sacrificado su tiempo. Finalmente a papá y mamá a quienes va dedicado este trabajo y sin los que nada de esto sería posible.

Todo empezó una mañana de marzo de 2008 cuando recibí una llamada de Lorenzo...



*“Paciencia y perseverancia”*

-Anónimo-







## ***ÍNDICE DE CONTENIDOS***



## ÍNDICE DE CONTENIDOS

<b>ÍNDICE DE CONTENIDOS .....</b>	<b>I</b>
<b>ÍNDICE DE GRÁFICOS .....</b>	<b>VII</b>
<b>ÍNDICE DE TABLAS .....</b>	<b>XI</b>
<b>SIGLAS Y ABREVIATURAS.....</b>	<b>XXI</b>
<b>CAPÍTULO 1. INTRODUCCIÓN A LA INVESTIGACIÓN .....</b>	<b>1</b>
1. INTRODUCCIÓN Y JUSTIFICACIÓN DEL ESTUDIO .....	5
2. ANTECEDENTES Y SU CONTRIBUCIÓN A LA LITERATURA .....	11
3. PROPUESTA DE MODELO NORMALIZADO PARA EL ANÁLISIS DE CONTENIDO DE LAS MEMORIAS DE SOSTENIBILIDAD .....	12
4. OBJETIVOS DE INVESTIGACIÓN PREGUNTAS DE INVESTIGACIÓN .....	14
5. METODOLOGÍA .....	17
6. ESTRUCTURA DE LA TESIS .....	18
<b>CAPÍTULO 2. MARCO TEÓRICO: DELIMITACIÓN DEL CONCEPTO DE RSC Y DIVULGACIÓN DE RSC .....</b>	<b>21</b>
1. INTRODUCCIÓN .....	25
2. LA RESPONSABILIDAD SOCIAL CORPORATIVA.....	25
2.1. Debate sobre la RSC.....	25
2.2. Definición de RSC.....	27
2.3. Origen y evolución histórica de la RSC.....	32
2.4. Teorías vinculadas al concepto de RSC.....	34
3. CONCEPCIÓN MODERNA DE LA RSC.....	52
3.1. RSC como elemento estratégico de la gestión empresarial.....	52
3.2. Revelación de información .....	55
4. CAUSAS DEL AUMENTO RSC EN LA EMPRESA.....	56

5. VENTAJAS QUE APORTA LA RSC.....	58
6. LA RSC EN EL SECTOR FINANCIERO: INSTITUCIONES FINANCIERAS ESPAÑOLAS Y SU RESPONSABILIDAD .....	62
6.1. Responsabilidad social de las EE.FF.....	62
6.2. Justificación del papel social del sistema financiero y de las EE.FF. ....	63
6.3. Posturas sobre el papel social de las EE.FF.....	67
6.4. Dimensiones de la RSC en el ámbito bancario.....	70
6.5. Iniciativas de RSC En El ámbito del sector bancario .....	74
7. DIVULGACIÓN DE RSC.....	78
7.1. Marco teórico de la revelación de información de sostenibilidad.....	79
Fuente: elaboración propia.....	81
7.2. Evolución de la divulgación de RSC.....	82
7.3. La naturaleza de la divulgación de RSC y co-regulación .....	83
7.4. Motivaciones para la Divulgación de la RSC y la necesidad de mayor transparencia informativa.....	84
7.5. Transparencia informativa a nivel normativo.....	85
7.6. Revelación de información de responsabilidad Social: medios de comunicación y presentación de informes.....	86
A. El Modelo GRI.....	89
8. CLASIFICACIÓN DEL CONTENIDO DE LA RSC Y PROPUESTA DE CONTENIDOS. NORMALIZACIÓN DE LA INFORMACIÓN RSC DIVULGADA .....	92
8.1. Contenidos para una memoria RSC normalizada.....	94
A. Clientes.....	101
B. Comunidad .....	119
C. Empleados .....	127
D. Medioambiente.....	139
9. DETERMINANTES DE LA DRSC .....	146
9.1. ESTUDIOS PREVIOS .....	148
<b>CAPÍTULO 3. DESARROLLO DE LAS HIPÓTESIS Y METODOLOGÍA DE INVESTIGACIÓN.....</b>	<b>155</b>
1. INTRODUCCIÓN.....	159
2. DESARROLLO DE HIPÓTESIS.....	162
3. ÁMBITO DE ESTUDIO: POBLACIÓN Y PERÍODO DE ANÁLISIS .....	195
4. ANÁLISIS DEL CONTENIDO COMO MÉTODO DE INVESTIGACIÓN.....	203

4.1. Definición del análisis del contenido.....	203
4.2. Análisis del contenido aplicado a la RSC.....	206
4.3. Etapas básicas del método de análisis del contenido.....	208
5. HERRAMIENTA DE ANÁLISIS: EL ÍNDICE DE DIVULGACIÓN DE RESPONSABILIDAD (IDR) .....	228
6. OTRAS HERRAMIENTAS DE ANÁLISIS DEL CONTENIDO .....	235
6.1. Análisis de la media y la varianza.....	235
6.2. Análisis de tablas de contingencia .....	236
6.3. Análisis clúster o por conglomerados.....	236
6.4. Análisis de regresión multivariante.....	237
7. LIMITACIONES DEL ANÁLISIS DE CONTENIDO .....	239
<b>CAPÍTULO 4. ANÁLISIS DE RESULTADOS.....</b>	<b>241</b>
1. INTRODUCCIÓN AL ANÁLISIS DE LA INFORMACIÓN RSC DIVULGADA.....	246
1.1. Descripción de la situación divulgativa de la RSC.....	250
2. COMPARATIVA DE LOS COMPONENTES DIVULGATIVOS .....	264
2.1. Diferencias divulgativas generales entre entidades.....	268
2.2. Análisis de la información RSC divulgada, diferencias entre grupos de interés.....	268
2.3. Análisis de la información divulgada según las características de las entidades....	273
2.5. Análisis a nivel de elementos de categorías de contenido.....	306
3. EVOLUCIÓN TEMPORAL DE LA RSC.....	347
3.1. Evolución de los índices de divulgación por categorías.....	349
3.2. Evolución de la relación entre Agentes Directos – Agentes Indirectos.....	356
3.3. Evolución de la dimensión interna / externa de responsabilidad.....	359
3.4. Evolución de medias de divulgación en relación a las características concretas de las entidades .....	360
3.5. Evolución de las categorías por ítems de contenido.....	382
3.6. Resumen y resultado de hipótesis.....	389
4. CARACTERIZACIÓN DE LAS ENTIDADES Y PERFILES DIVULGATIVOS .....	390
4.1. Análisis clúster, caracterización en función de los componentes de cada índice de contenido.....	398
4.2. Tipificación del enfoque de responsabilidad de las entidades.....	400
4.3. Caracterización de entidades por la tendencia temporal seguida .....	404
4.3. Resumen y resultado de hipótesis.....	407
5. ANÁLISIS DE LOS DETERMINANTES DE INFORMACIÓN RSC DIVULGADA .....	408

5.1. Modelo de regresión y variables utilizadas.....	408
5.2. Validez de la medición de los niveles de las variables dependientes.....	412
5.3. Estadísticos descriptivos de las variables independientes.....	413
5.4. Resultados de correlaciones entre variables dependientes – independientes (Análisis univariante).....	418
5.5. Test no paramétricos.....	425
5.6. Análisis de regresión.....	433
6. CLASIFICACIÓN DE LOS CONTENIDOS INFORMATIVOS EN LAS MEMORIAS DE RSC, RECOMENDACIONES Y PROPUESTA DE MODELO NORMALIZADO .....	462
<b>CONCLUSIONES .....</b>	<b>475</b>
<b>RESUMEN Y CONCLUSIONES (EN INGLÉS) .....</b>	<b>489</b>
<b>BIBLIOGRAFÍA .....</b>	<b>497</b>
<b>ANEXOS.....</b>	<b>541</b>



## ÍNDICE DE GRÁFICOS



## **ÍNDICE DE GRÁFICOS**

Gráfico 1. Evolución del peso del sector bancario en España sobre el PIB.....	64
Gráfico 2 Memorias de RSC publicadas por las EE.FF. españolas en el periodo (2002-2011). ...	91
Gráfico 3. Flujos acreedores y deudores en España de entidades de depósito y otras.....	195
Gráfico 4. Importancia relativa de las entidades del estudio sobre el conjunto de los créditos y depósitos del sistema financiero español. ....	196
Gráfico 5. Histograma de la distribución de frecuencias del IDRg .....	252
Gráfico 6. Histograma de la distribución de frecuencias del IDR clientes (IDRc) .....	253
Gráfico 7. Histograma de la distribución de frecuencias del IDR comunidad (IDRs) .....	254
Gráfico 8. Histograma de la distribución de frecuencias del IDR empleados (IDRh) .....	254
Gráfico 9. Histograma de la distribución de frecuencias del IDR medioambiente (IDRe) .....	255
Gráfico 10. Diagrama de cajas de la DRSC por categorías de contenido .....	257
Gráfico 11. Publicación de información por grupos de interés.....	272
Gráfico 12. Índices de contenido agrupados por tipo de entidad.....	279
Gráfico 13. Índices de contenido agrupados por tamaño de entidad .....	284
Gráfico 14. Evolución de la publicación de información por grupos de interés .....	358
Gráfico 15. Valoración de los grupos de interés en función del clúster. ....	392
Gráfico 16. Relación IDR Agentes Directos – Agentes Indirectos .....	401
Gráfico 17. Evolución temporal del comportamiento divulgativo por clústeres.....	406



## ÍNDICE DE TABLAS



## ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. Evolución temporal de la RSC.....	34
Tabla 2. Clasificación de los grupos de interés según el grado de relación con la empresa.....	42
Tabla 3. Dimensiones del modelo organizacional de <i>performance</i> social.....	44
Tabla 4. Estrategias adoptadas por la organización en relación a la teoría de la legitimidad. ....	47
Tabla 5. Enfoques de la RSC. ....	48
Tabla 6. Marco teórico RSC. ....	51
Tabla 7. Consecuencias de la inversión en RSC entre diversos <i>stakeholders</i> .....	59
Tabla 8 EE.FF. que publican memorias de RSC, su evolución y porcentaje sobre el total del sector.....	91
Tabla 9. Principales contenidos RSC analizados en la literatura previa. ....	97
Tabla 10. Propuestas de medición de la RSC por organismos nacionales e internacionales.....	98
Tabla 11. Factores y efectos de la exclusión financiera. ....	112
Tabla 12. Iniciativas para medir la labor de RSC. ....	118
Tabla 13. Categorías de determinantes de DRSC.....	147
Tabla 14. Principales <i>stakeholder</i> y tendencia divulgativa.....	167
Tabla 15. Principales trabajos sobre caracterización RSC de EE.FF.D. ....	170
Tabla 16. Indicadores de rentabilidad.....	180
Tabla 17. Resumen hipótesis a contrastar. ....	192
Tabla 18. EE.FF.D. emisoras de memoria de RSC por volumen total de activos.....	199
Tabla 19. Estudios previos sobre RSC en la banca española.....	207
Tabla 20. Interpretación del significado del alpha de Krippendorff. ....	227
Tabla 21. Fiabilidad de la fiabilidad de las mediciones de calidad informativa. ....	227
Tabla 22. Métodos de agregación de información empleados en el ámbito de la RSC.....	229
Tabla 23. Puntuaciones de ítems del análisis de contenido. ....	232
Tabla 24. Fórmula de cálculo de los índices de contenido.....	233
Tabla 25. Estadísticos descriptivos sobre la divulgación de información RSC .....	251

Tabla 26. Prueba de normalidad de Kolmogorov-Smirnov para el IDRg.....	252
Tabla 27. Prueba de normalidad de Kolmogorov-Smirnov.....	255
Tabla 28. Estadísticos descriptivos por categorías de contenido.....	256
Tabla 29. Puntuación de las EE.FF.D. en materia de RSC.....	258
Tabla 30. Puntuación en materia de RSC por entidad. ....	259
Tabla 31. Divulgación de información sobre clientes, comunidad, empleados y medioambientes. Índices de divulgación.....	260
Tabla 32. Composición de los índices de divulgación.....	263
Tabla 33. Niveles de contenido y de población comparados.....	265
Tabla 34. Población de estudio según su naturaleza jurídica y su tamaño.....	266
Tabla 35. Población de estudio según el resto de variables. ....	267
Tabla 36. Diferencia divulgativa general entre entidades. ....	268
Tabla 37. Comparación de medias de los índices de información entre sí y con el nivel medio de divulgación. ....	270
Tabla 38. Comparación entre grupos de interés directos e indirectos.....	271
Tabla 39. Correlación entre variables.....	273
Tabla 40. Ranking de entidades según el grado de transparencia en relación a sus clientes. .	275
Tabla 41. Ranking de entidades según el grado de transparencia en relación a la comunidad. .....	276
Tabla 42. Ranking de entidades según el grado de transparencia en relación a sus empleados. .....	277
Tabla 43. Ranking de entidades según el grado de transparencia en relación al medioambiente. .....	278
Tabla 44. Diferencias en las CC.AA. en relación al índice de divulgación sobre agentes directos e indirectos.....	280
Tabla 45. Comparativa de índices de contenido por tipo de entidad.....	280
Tabla 46. Bancos, comparación de medias de los índices de divulgación de categorías de información.....	282
Tabla 47. CC.AA. y CC.CC., comparación de medias de los índices de divulgación de categorías de información.....	283



Tabla 48. Anova de 1 factor: comparativa de índices de contenido por tipo de entidad.....	286
Tabla 49. Grado de divulgación entidades según su tamaño en relación a la tipología de grupos de interés según la media. ....	286
Tabla 50. EE.FF.D. de gran tamaño, comparación de medias de los índices de divulgación de categorías de información.....	287
Tabla 51. EE.FF.D. de tamaño medio, comparación de medias de los índices de divulgación de categorías de información.....	288
Tabla 52. EE.FF.D. de pequeño tamaño, comparación de medias de los índices de divulgación de categorías de información.....	288
Tabla 53. Internacionalización: comparativa de índices de contenido por tipo de entidad.....	289
Tabla 54. EE.FF.D. según el grado de internacionalización. Comparación de medias de los índices de divulgación de categorías de información. ....	291
Tabla 55. Riesgo y morosidad: comparativa de índices de contenido por tipo de entidad.....	292
Tabla 56. EE.FF.D. según su grado de riesgo. Comparación de medias de los índices de divulgación de categorías de información. ....	293
Tabla 57. Dualidad: comparativa de índices de contenido por tipo de entidad. ....	294
Tabla 58. EE.FF.D. según dualidad en la dirección de la entidad. Comparación de medias de los índices de divulgación de categorías de información. ....	295
Tabla 59. Paridad: comparativa de índices de contenido por tipo de entidad .....	296
Tabla 60. EE.FF.D. según el grado de paridad en el consejo de administración. Comparación de medias de los índices de divulgación de categorías de información. ....	297
Tabla 61. Departamento RSC: comparativa de índices de contenido por tipo de entidad.....	298
Tabla 62. EE.FF.D. según la existencia de un departamento encargado de la RSC. Comparación de medias de los índices de divulgación de categorías de información. ....	299
Tabla 63. Necesidad de ayuda estatal: comparativa de índices de contenido por tipo de entidad .....	300
Tabla 64. EE.FF.D. según la necesidad de ayuda estatal. Comparación de medias de los índices de divulgación de categorías de información. ....	301
Tabla 65. Empresa auditora: comparativa de índices de contenido por tipo de entidad.....	302
Tabla 66. EE.FF.D. según la empresa auditora que valida los informes y cuentas. Comparación de medias por índices de divulgación de categorías de información. ....	302

Tabla 67. Resumen de resultados. ....	304
Tabla 68. Relación de cada elemento de contenido divulgativo con respecto al índice general. .....	309
Tabla 69. Contenidos informativos relacionados con el enfoque interno / externo de responsabilidad. ....	312
Tabla 70. Dimensión Interna / Externa de RSC .....	313
Tabla 71. Comparativa entre elementos de categorías de contenido .....	314
Tabla 72. Comparativa dimensiones internas y externas de RSC. ....	315
Tabla 73. Comparativa de elementos de categorías de contenido según la naturaleza jurídica de las entidades.....	323
Tabla 74. Comparativa de elementos de categorías de contenido según las dimensiones de las entidades.....	327
Tabla 75. Elementos por categoría de contenido en función de la presencia internacional....	329
Tabla 76. Elementos por categoría de contenido en función del grado de morosidad.....	331
Tabla 77. Elementos por categoría de contenido en función de la dualidad en la dirección de la empresa.....	333
Tabla 78. Elementos por categoría de contenido en función del grado de paridad.....	336
Tabla 79. Elementos por categoría de contenido en función de la existencia de un departamento dedicado a las cuestiones de RSC. ....	338
Tabla 80. Elementos por categoría de contenido en función de la necesidad de financiación con fondos públicos. ....	340
Tabla 81. Elementos por categoría de contenido en función de la empresas encargada de verificar las memorias RSC. ....	342
Tabla 82. Resumen diferencias divulgativas a nivel de elementos de categorías de contenido .....	343
Tabla 83. Relación de cada elemento de contenido divulgativo con respecto a los índices de contenido. ....	346
Tabla 84. Resumen del análisis de la evolución de la DRSC.....	348
Tabla 85. Prueba de normalidad de Kolmogorov-Smirnov. ....	348
Tabla 86. Diferencias divulgativas a nivel de categoría de contenido e Índice general.....	350

Tabla 87. Evolución diferencias divulgativas a nivel de elementos de categorías de contenido por clientes.....	352
Tabla 88. Evolución diferencias divulgativas a nivel de elementos de categorías de contenido por comunidad.....	354
Tabla 89. Evolución diferencias divulgativas a nivel de elementos de categorías de contenido por empleados.....	355
Tabla 90. Evolución diferencias divulgativas a nivel de elementos de categorías de contenido por medioambiente.....	356
Tabla 91. Comparación evolución grupos de interés directos e indirectos.....	357
Tabla 92. Correlaciones entre las variables.....	358
Tabla 93. Evolución de la revelación de información sobre RSC interna / externa.....	359
Tabla 94. Comparativa evolución IDR Interna – IDR Externa.....	360
Tabla 95. Evolución divulgación según naturaleza jurídica.....	361
Tabla 96. Orden que ocupan categorías de contenido según su nivel divulgativo.....	362
Tabla 97. Evolución divulgación según tamaño de entidad.....	364
Tabla 98. Orden que ocupan categorías de contenido según su nivel divulgativo medio.....	365
Tabla 99. Evolución divulgación según internacionalización.....	366
Tabla 100. Orden que ocupan categorías de contenido según su nivel divulgativo.....	367
Tabla 101. Evolución divulgación según riesgo (morosidad).....	369
Tabla 102. Orden que ocupan categorías de contenido según su nivel divulgativo.....	370
Tabla 103. Evolución divulgación según dualidad.....	372
Tabla 104. Orden que ocupan categorías de contenido según su nivel divulgativo.....	372
Tabla 105. Evolución divulgación según paridad.....	374
Tabla 106. Orden que ocupan categorías de contenido según su nivel divulgativo.....	374
Tabla 107. Evolución divulgación según departamento de RSC.....	377
Tabla 108. Orden que ocupan categorías de contenido según su nivel divulgativo.....	377
Tabla 109. Evolución divulgación según necesidad de ayuda estatal.....	378
Tabla 110. Orden que ocupan categorías de contenido según su nivel divulgativo.....	379

Tabla 111. Evolución divulgación según empresa auditora .....	380
Tabla 112. Orden que ocupan categorías de contenido según su nivel divulgativo.....	380
Tabla 113. Clústeres de entidades y valoración por grupos de interés .....	391
Tabla 114. Características de las EE.FF.D. en función de su clúster de pertenencia. ....	393
Tabla 115. Perfil de entidades para cada nivel divulgativo.....	397
Tabla 116. Valoración de elementos de contenido según su perfil divulgativo. ....	398
Tabla 117. Clústeres de entidades y valoración por grupos de interés .....	401
Tabla 118. Características de las EE.FF.D. según su comportamiento de acuerdo a IDR Directos e Indirectos.....	402
Tabla 119. Comparación evolución temporal de medias entre IDR Directo – IDR Indirecto....	405
Tabla 120. Clústeres de entidades y valoración por grupos de interés .....	405
Tabla 121. Clasificación de las variables dependientes / independientes.....	410
Tabla 122. Resultados de correlación entre categorías de información RSC.....	413
Tabla 123. Panel A: Estadísticos descriptivos de los determinantes, según naturaleza jurídica. .....	414
Tabla 124. Resultados de correlación: variables independientes – categorías de contenido RSC. .....	419
Tabla 125. Resultados de correlación: variables independientes – elementos de categorías de contenido RSC. ....	422
Tabla 126. Test de Mann-Whitney por naturaleza jurídica de las entidades. ....	426
Tabla 127. Test de Kruskal-Wallis para el tamaño de las entidades. ....	427
Tabla 128. Test de Mann-Whitney por dualidad en la dirección de la entidad. ....	428
Tabla 129. Test de Mann-Whitney según la paridad en el consejo de administración. ....	429
Tabla 130. Test de Mann-Whitney según la presencia internacional de la entidad.....	430
Tabla 131. Test de Mann-Whitney para la presencia de departamentos / comités de RSC. ...	431
Tabla 132. Test de Mann-Whitney para la ayudas financieras recibidas por el estado a las EE.FF.D.....	432
Tabla 133. Test de Mann-Whitney según el tamaño de la empresa auditora.....	433
Tabla 134. Prueba Kolmogorov-Smirnov para una muestra.....	434

Tabla 135. Prueba binomial para una muestra .....	435
Tabla 136. Correlaciones entre variables independientes.....	437
Tabla 137. Análisis de regresión para las categorías de contenido. Modelo 1. ....	439
Tabla 138. Análisis de regresión para las categorías de contenido. Modelo 2. ....	440
Tabla 139. Análisis de regresión para los elementos de contenido de clientes. Modelo 1. ....	441
Tabla 140. Análisis de regresión para los elementos de contenido de clientes. Modelo 2. ....	442
Tabla 141. Análisis regresivo para los elementos de contenido de comunidad. Modelo 1.....	444
Tabla 142. Análisis de regresión para los elementos de contenido sobre comunidad. Modelo 2. .....	445
Tabla 143. Análisis de regresión para los elementos de contenido de empleados. ....	447
Tabla 144. Análisis de regresión para los elementos de contenido de empleados .....	449
Tabla 145. Análisis de regresión para los elementos de contenido de medioambiente. Modelo 1.....	452
Tabla 146. Análisis de regresión para los elementos de contenido de medioambiente. Modelo 2.....	453
Tabla 147. Resumen relación entre modelos explicativos y la calidad en la revelación de RSC. .....	454
Tabla 148. Resultado del examen de las hipótesis sobre determinantes para el <i>stakeholder</i> “Clientes” .....	455
Tabla 149. Resultado del examen de las hipótesis sobre determinantes para el <i>stakeholder</i> “Comunidad”.....	457
Tabla 150. Resultado del examen de las hipótesis sobre determinantes para el <i>stakeholder</i> “Empleados” .....	460
Tabla 151. Resultado del examen de las hipótesis para el <i>stakeholder</i> “Medioambiente” .....	461
Tabla 152. Niveles de transparencia informativa y recomendaciones divulgativas. ....	467
Tabla 153. Importancia y calidad de los ítems en las memorias de RSC.....	468



## SIGLAS Y ABREVIATURAS





## SIGLAS Y ABREVIATURAS

- AA: AccountAbility
- AECA: Asociación Española de Contabilidad y Finanzas
- AENOR: Asociación Española de Normalización y Certificación
- AIS: Analistas Internacionales en Sostenibilidad
- BBK: Bilbao Bizkaia Kutxa
- BLIHR: Business Leaders Initiative on Human Rights
- CAM: Caja de Ahorros del Mediterráneo
- CAN: Caja de Ahorros de Navarra
- C.C: Coeficiente de Contingencia
- CC.AA: Cajas de Ahorros
- CECA: Confederación Española de Cajas de Ahorro
- CC.CC: Cooperativas de Crédito
- CEIM: Confederación Empresarial de Madrid
- CERES: Coalition for Environmentally Responsible Economies
- CNMV: Comisión Nacional del Mercado de Valores
- DRSC: Divulgación de información de Responsabilidad Social Corporativa
- E.F: Entidad Financiera
- EE.FF: Entidades Financieras
- EE.FF.D: Entidades Financieras de Depósito
- EIRIS: Ethical Investment Research Service
- EMAS: Eco Management and Audit Scheme
- FES: Fundación empresa y sociedad
- FIV: Factores de Inflación de la Varianza
- FMI: Fondo Monetario Internacional
- FROB: Fondo de Reestructuración Ordenada Bancaria
- FSSS: Suplemento para el Sector de Servicios Financieros
- GRI: *Global Reporting Initiative*

- IAASB: International Auditing and Assurance Standard Board
- IASB: International *Accounting Standards Board*
- IDR: Índice de Divulgación de Responsabilidad
- IFC: International Finance Corporation
- ISAR: Grupo de Trabajo Intergubernamental de Expertos en Normas Internacionales de Contabilidad y Presentación
- ISEA: the Institute for Social and Ethical Accountability
- ISO: Organización Internacional para la Estandarización
- ISR: Inversión Socialmente Responsable
- MCO: Mínimos Cuadrados Ordinarios
- MERCO: Monitor Español de Reputación Corporativa
- MiFID: *Markets in Financial Instruments Directive* (Directiva Europea de Mercados en Instrumentos Financieros).
- OCDE: Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico
- OIT: Organización Internacional del Trabajo
- ONG's: Organizaciones no gubernamentales
- PMNU: Pacto Mundial de Naciones Unidas
- ONU: Organización de las Naciones Unidas
- PACI: Partnering Against Corruption Initiative
- ROA: *Return on Assets*
- ROE: *Return on Equity*
- RSC: Responsabilidad Social Corporativa
- RSE: Responsabilidad Social Empresarial
- RS: Responsabilidad Social
- SAI: Social Accountability International
- SIP: Sistema Institucional de Protección
- SIRI: Sustainable Investment Research International Group
- SPI: Social Performance Indicators (Indicadores de desempeño social)
- UNEP: United Nations Environmental Programme

- WBCSD: World Business Council for Sustainable Development



*CAPÍTULO 1: INTRODUCCIÓN A LA INVESTIGACIÓN*



## **CAPÍTULO 1: INTRODUCCIÓN A LA INVESTIGACIÓN**

1. INTRODUCCIÓN Y JUSTIFICACIÓN DEL ESTUDIO
2. ANTECEDENTES Y SU CONTRIBUCIÓN A LA LITERATURA
3. PROPUESTA DE MODELO NORMALIZADO PARA EL ANÁLISIS DE CONTENIDO DE LAS MEMORIAS DE SOSTENIBILIDAD
4. OBJETIVOS DE INVESTIGACIÓN PREGUNTAS DE INVESTIGACIÓN
5. METODOLOGÍA
6. ESTRUCTURA DE LA TESIS





## 1. INTRODUCCIÓN Y JUSTIFICACIÓN DEL ESTUDIO

La situación por la que atraviesa la economía española, dentro del contexto de una crisis global, llevan a afirmar sin ningún género de duda que esta es la peor de las crisis financieras y económicas sufridas en los últimos años y que ha desembocado en una recesión sin precedentes<sup>1</sup>. Esta, hunde sus raíces en unas causas de índole financiera, y esconde tras sí la falta de ética y responsabilidad, en mayor o menor medida, del conjunto del sistema financiero y más concretamente de las entidades financieras que lo componen (EE.FF. en adelante); y como consecuencia de todo ello, a través de su papel de intermediación, el sistema económico en su conjunto, y el tejido social se han visto profundamente afectados. Así, además de ser uno de los principales actores implicados en las causas que condujeron a la crisis, a través de las diversas malas prácticas empresariales observadas en el sector (p.e. hipotecas *subprime*, fomento del excesivo endeudamiento, la excesiva remuneración variable (*bonus*) a directivos, etc.), el sector financiero es uno de los sectores más afectados por la misma y ha obligado a que los gobiernos de varios países europeos hayan debido recurrir a elevados rescates financieros para evitar la quiebra del sistema.

Esto no hace sino poner de manifiesto la necesidad de exigir un mayor grado de transparencia informativa sobre las actividades realizadas por estas entidades. En este sentido, se puede afirmar que la Responsabilidad Social Corporativa (en adelante RSC) es de vital importancia como parte de la solución a los problemas generados, en línea con lo afirmado por Selvi *et al.* (2010), según el cual existe una estrecha relación entre los períodos de crisis económica y la RSC, ya que la ausencia de comportamientos sostenibles se considera el catalizador principal de los problemas económico-

---

<sup>1</sup> Se distingue por un lado crisis financiera (situación en la que se produce graves alteraciones en el valor de los activos de las instituciones financieras, en su acceso a la financiación o en la confianza de sus clientes, hasta el punto de que la sostenibilidad del sistema financiero está en peligro) y por otro lado recesión o crisis económica (situación de caída de las variables producto, consumo, inversión, empleo y expectativas y confianza en el futuro). Una crisis financiera, por lo general, suele acabar en una recesión económica, pero esta última puede producirse sin la primera. Claessens *et al.* (2008) y Mendoza y Terrones (2008).

financieros. Por otra parte, una gestión eficaz puede ayudar a las entidades a minimizar los impactos negativos de la recesión. Por otra parte, el informe *Business for social responsibility & Accountability* (2004: p. 57) antes del estallido de la crisis, que, “a través de la mayor transparencia y revelación informativa, los bancos pueden jugar un papel para fomentar la disciplina de los mercados y la estabilidad financiera y en último término para contribuir al desarrollo económico en su más amplio sentido”.

Dentro de este contexto, destaca por su importancia, el sector de la banca minorista por su expansión y alcance al conjunto de la sociedad. Los servicios bancarios que estas entidades ofrecen se han ido progresivamente convirtiendo en más importantes para los ciudadanos con el fin de tener una vida integrada en la sociedad: recibir salarios, obtener una tarjeta de crédito, domiciliar recibos, obtener crédito para comprar una vivienda, etc. En los países desarrollados como España, la práctica totalidad de la población dispone al menos de una cuenta bancaria, imprescindible si una persona quiere participar de la vida moderna. Por otra parte, los servicios bancarios pueden ser igualmente importantes para las empresas con un papel fundamental en la intermediación entre ahorro y financiación<sup>2</sup>. De este modo, el acceso a los servicios de la banca minorista<sup>3</sup> se convierte en un importante elemento de la estructura financiera básica tanto para las personas como para las empresas.

Con arreglo a lo anterior, se va a llevar a cabo en el presente trabajo una aproximación a la actividad financiera a través del análisis de la información de responsabilidad revelada por las EE.FF.

En palabras de Vázquez y Cordero (2007) *“la transparencia representa uno de los principales valores sobre el que se sustenta la RSC. De este modo, la responsabilidad de la empresa se puede definir como un proceso de rendición de cuentas que, a través de*

---

<sup>2</sup> P.e. facilitando que reciban pagos de sus clientes y permitiendo pagar a sus proveedores y trabajadores.

<sup>3</sup> En adelante el concepto de banca minorista se equipara al de entidad financiera de depósito bajo el acrónimo EE.FF.D.

*indicadores cuantitativos y cualitativos, permite realizar un seguimiento de las actuaciones de la empresa y su progresión tanto el plano temporal como espacial”.*

En consecuencia, la comunicación de las acciones y políticas socio-medioambientales por parte de las entidades hacia el exterior, tiene un doble objetivo: por un lado, mejorar la visibilidad de las actividades realizadas por estas, permitiendo de este modo, no solo obtener, sino además mejorar la confianza y la legitimidad de la actividad económica de las EE.FF. frente a la sociedad (teoría de la legitimidad); y por otro lado, y relacionado con el objetivo anterior, se trata de satisfacer las diferentes necesidades informativas de los distintos grupos de interés (teoría *stakeholder*).

En este sentido, Godfrey *et al.* (2009) consideran que una mayor transparencia informativa sería positiva para la empresa; entre otras cosas mejoraría el nivel de reputación percibida sobre la empresa y, en definitiva, esta alcanzaría una mayor ventaja competitiva sobre aquellas otras que aplican en menor acciones divulgativas. Por consiguiente, este trabajo va a tratar de manera particular las actitudes divulgativas de las EE.FF. en relación a los grupos de interés.

La divulgación de la información social y medioambiental ha experimentado una expansión sin precedentes como área de estudio tanto en el mundo empresarial como académico (Webb *et al.* 2009), convirtiéndose en un fenómeno mundial en auge y de actualidad (KPMG, 2005). En este sentido, la ética, articulada a través de la RSC no solo exige actitudes y comportamientos capaces de satisfacer a estos grupos, sino que además va a necesitar de una política informativa que permita visualizar la asunción de estos compromisos (Archel, 2003).

Precisamente, en el ámbito académico, algunos estudios empiezan a considerar la importancia de la divulgación de información a través de las memorias de sostenibilidad, como medio de comunicación alternativo a los informes económicos y financieros tradicionales (Buhr y Freedman, 1996; Hibbitt, 2003; Hassan, 2010), para establecer comunicación con los agentes receptores de la misma, los denominados como “grupos de interés”.

A pesar del fomento de la RSC por parte del sector financiero, sin embargo no son muchos aún los estudios dedicados a la labor de responsabilidad de las EE.FF. Concretamente, en el caso del sector financiero español se pueden encontrar algunos trabajos (si bien cada vez con mayor frecuencia) como los de Charro, 1993; Cuesta, 2004; Muñoz *et al.* 2004; Cendoya, 2005; Rodríguez, 2005; Villalonga, 2005; Cruz *et al.* 2006; López-Iturriaga *et al.*, 2007; Moneva y Ortas, 2007; Rodríguez y Cabaleiro, 2007; Ruiz de Aguirre y Retolaza, 2007; Sarro *et al.*, 2007; Server y Villalonga, 2007; Ruiz, 2008; Ruiz *et al.* 2008 y 2009; Cea, 2010; Capó, 2010; Seguí, 2010 y Pérez, 2011. Así, en el caso de los estudios sobre divulgación de RSC, como indican Aranguren y Martínez (2012), se excluyen en su gran mayoría a las EE.FF. debido al “bajo impacto de la actividad interna de estas”; esto se debe a que, la mayor parte de estos estudios, se encuentran enfocados al análisis de la información medioambiental sin entrar a valorar otros aspectos de la RSC como pueden ser el impacto sobre sus clientes o empleados, lo que puede haber influido como causa de exclusión.

Por este motivo, el presente trabajo de investigación tiene como objetivo principal el estudio de la situación actual de transparencia del compromiso ético y social de la banca, que se concreta por medio de la divulgación de información de sostenibilidad: la medición de la calidad y transparencia informativa; y la asociación entre la información divulgada y algunas características empresariales. En consecuencia, de lo que se trata es de hallar aquellos determinantes o características empresariales que, asociados a una mejor divulgación informativa, expliquen un mejor comportamiento y atención hacia las diferentes preocupaciones e intereses de los múltiples grupos de interés.

En concreto se va a profundizar en el concepto de la RSC relativo al ámbito de las entidades financieras y más concretamente de las entidades financieras de depósito españolas (en adelante EE.FF.D.) mediante el estudio de la información de carácter social y ambiental revelado por estas. Se tratará de conocer el estado en el que se encuentra la RSC en el sector, mediante una aportación en el ámbito práctico que permita estudiar y comparar los niveles de cumplimiento de la RSC, principalmente áreas tan relevantes como los derechos laborales, temas ambientales, atención y

cuidado de los clientes y las acciones sociales. Finalmente se propondrá una recomendación sobre los contenidos informativos que debería incluir cualquier EE.FF. que se decida a informar sobre su actividad.

La divulgación de la RSC (en adelante DRSC) ofrece información al público general relativa a las actividades de la empresa relacionadas con la sociedad y sobre los impactos sociales y ambientales de la organización, como por ejemplo la reducción de los daños al medio; la mejora en la gestión de residuos; el cumplimiento con las regulaciones ambientales; así como los esfuerzos para proteger a los empleados a través de sus informes y memorias anuales y otros medios diferentes. El surgimiento y creciente interés en la contabilidad de tipo social y ambiental y su divulgación refleja la creciente demanda de transparencia provocada por varios factores entre los que se encuentran (Hassan, 2010):

- El interés social en asuntos ambientales y sociales que se ha convertido en una idea central.
- El desarrollo del campo de la RSC en general y de los estándares de RSC en particular.
- La creciente demanda por una mejor y renovada información acerca de las necesidades de información de los distintos grupos de interés.
- Avances en las tecnologías de la comunicación.
- La disminución de los niveles de confianza de algunas instituciones.

La investigación social y medioambiental por tanto se está moviendo desde una posición marginal en el orden del día de la comunidad investigadora en contabilidad y administración hacia una posición central de importancia nacional e internacional.

Esta creciente sensibilidad de la sociedad por la forma en que la empresa lleva a cabo su actividad ha tenido su respuesta por parte de la empresa. De este modo, en los últimos años ha proliferado la publicación de memorias e informes específicos que han

tratado de plasmar en un documento, independiente de la tradicional contabilidad, las actividades de sostenibilidad.

Asimismo, iniciativas como la publicación de guías para la elaboración de memorias de sostenibilidad, realizadas por el *Global Reporting Initiative*<sup>4</sup> (en adelante GRI) juegan un papel destacado, ofreciendo una pautas claras para informar sobre el desempeño social de las entidades; tanto es así, que la práctica totalidad de las EE.FF. españolas, que ofrecen un informe de sostenibilidad, siguen estas normas para confeccionar sus informes sociales<sup>5</sup>.

La RSC se configura como marco en el que desarrollar las actividades de la entidad no solo porque sea moralmente correcto sino también se justifica por su conveniencia empresarial destacando entre otros motivos: la generación de confianza, la mejora la reputación y evitar sanciones por comportamientos o prácticas no legales o ilegítimas, mejora de la seguridad de las expectativas de los clientes; interesa también por el mayor atractivo de la empresa lo que se refleja en una mayor atracción y retención del talento profesional.

Sin embargo, son muchas las empresas que a pesar de aplicar el modelo de RSC, publicar memorias de responsabilidad y ser auditadas y calificadas con buenas notas, siguen cometiendo acciones calificadas de irresponsables y de las cuales el sector financiero no escapa (p.e. desahucios, participaciones preferentes, etc.), a pesar de

---

<sup>4</sup> Global Reporting Initiative (GRI) es una organización creada en 1997 al amparo del programa de las Naciones Unidas para el medio ambiente (PNUMA) y la Coalición de Economías Ambientalmente Responsables (CERES), cuyo fin es impulsar la elaboración de memorias de sostenibilidad en todo tipo de organizaciones. Las guías para la elaboración de estas memorias están formadas por un conjunto de indicadores, cuyo uso está muy extendido en todo el mundo. Fuente: [www.globalreporting.org](http://www.globalreporting.org).

<sup>5</sup> Este dato se estima de examinar de manera conjunta las bases de datos de GRI y *Corporate Register*, de este modo el total de entidades que publicaron informe de sostenibilidad en 2010, lo hicieron empleando el esquema de *reporting* de GRI para memorias de sostenibilidad.

haber sido un sector pionero en la introducción y aplicación de criterios de RSC y su presentación y publicación a través de las memorias anuales de RSC.

Por lo tanto, los objetivos perseguidos en la investigación se sustentan bajo el siguiente supuesto: el modelo actual para normalizar la información divulgada y de calificación de memorias RSC (GRI principalmente), se encuentra superado y es insuficiente para medir el grado de transparencia informativa, al tratarse de un sistema de requisitos mínimos que no tiene en cuenta la información adicional no exigida para alcanzar una determinada valoración. Mediante una propuesta de metodología de análisis de contenido se trata de examinar diferencias y similitudes no apreciables bajo el modelo GRI, (la práctica totalidad de las EE.FF. obtienen la máxima calificación sin ninguna distinción aparente entre entidades). Esta metodología por tanto va a tratar de conocer y medir en detalle el nivel de transparencia informativa alcanzado por cada entidad, en mayor detalle.

## 2. ANTECEDENTES Y SU CONTRIBUCIÓN A LA LITERATURA

En cuanto a la aportación científica que realiza la presente tesis se deben de destacar las novedades que aporta este estudio con respecto a trabajos previos. En primer lugar, se centra el foco de atención en el estudio de las EE.FF. desde la perspectiva del análisis del contenido de la información RSC revelada exclusivamente por aquellas. Han sido diversos los estudios que han aplicado el análisis de contenido como herramienta metodológica para el estudio de la información de sostenibilidad suministrada por las empresas (p.e. Aranguren 2008; Aribi, 2009; Hassan, 2010), pero es todavía escasa la cantidad de trabajos que aplican el estudio de la RSC al conjunto de EE.FF. españolas y en particular a las entidades de depósito excluyendo a aquellas otras entidades que no poseen la capacidad de captar fondos de sus clientes, y estudiado de manera separada del resto de sectores económicos. En segundo lugar actualiza la información dando continuidad a las investigaciones realizadas previamente en el campo de la RSC; así aporta en el contexto de la actual crisis económica un trabajo de carácter práctico, que según Pérez-Ruiz, (2012) han sido

escasos hasta el momento y principalmente enfocados en el ámbito teórico. Por otra parte, se diseña un modelo de medición de la información divulgada (Índice de Divulgación de Responsabilidad, IDR) que sintetiza y mide la calidad de la información suministrada. Finalmente, se tiene en cuenta un mayor número de variables independientes en el modelo de regresión ofreciendo una visión más amplia sobre el conjunto de variables que influyen en la definición del nivel de divulgación de información incorporando una serie de posibles variables explicativas que tratan de mejorar el conocimiento sobre el fenómeno de estudio y que no han sido tenidas en cuenta previamente o se han analizado de manera aislada del resto de variables empleadas con mayor frecuencia.

En primer se ha de señalar que el trabajo que se presenta está centrado en un tema de actualidad como es la divulgación de información socialmente responsable por parte de las empresas, y en particular se centra en un sector como es el bancario, en el que la literatura sobre este tipo de aspectos está ganando en interés (Cuesta, 2004; Sarro *et al.*, 2007), tal y como señalan los propios autores. Además, creemos que en el caso especial de España, la existencia de las cajas de ahorros, al menos hasta el final del periodo analizado en el trabajo (2010), justifica el análisis de este tópico, en el que de las mismas, al menos a priori, se puede esperar una mayor importancia de este tipo de información y de su divulgación, dada la orientación social de sus beneficios.

### 3. PROPUESTA DE MODELO NORMALIZADO PARA EL ANÁLISIS DE CONTENIDO DE LAS MEMORIAS DE SOSTENIBILIDAD

Las memorias de responsabilidad social, como ya se ha visto con anterioridad, representan una buena manera de mejorar el grado de transparencia informativa sobre las actividades llevadas a cabo por las EE.FF., ofreciendo en menor o mayor grado de detalle información relativa a la aplicación de una *performance* social en relación a su actividad comercial.

En este sentido las diferentes propuestas de indicadores, entre las que destaca la elaborada por la GRI, ofrecen una serie de indicadores que dan a las memorias dos



elementos que facilitan la medición del nivel y calidad de información divulgada. Por un lado dota de un relativo nivel de estandarización que ayuda a las entidades en lo referente a qué información es más representativa e idónea para publicar (indicadores de desempeño) y por otro lado clasifica las memorias en función de los contenidos divulgados (anexo 1).

A la vista de los datos ofrecidos por GRI, la práctica totalidad de las entidades de crédito han llegado a alcanzar en los últimos años el máximo nivel de calificación de información otorgado por esta organización (A+), como se observa en el anexo 2; este hecho ha significado el aumento de la calidad de la información divulgada, si bien no está exenta de un conjunto de carencias. La principal duda que se plantea es sobre si el actual modelo está superado y se ha vuelto ineficaz para medir el nivel divulgativo ya que no permite realizar distinciones entre entidades ya que la obtención por parte de todas ellas de esta calificación las hace a todas ellas homogéneas. Parece necesario aplicar algún tipo de sistema de medición que distinga a las entidades entre sí pudiéndose determinar diferencias significativas de forma que se pueda aclarar si existen entidades que presentan un mayor compromiso en pro de una mayor transparencia informativa. Para solventar este problema se va a plantear un modelo de análisis de contenido alternativo.

El modelo GRI, si bien ofrece pautas para divulgar información sobre contenidos de sostenibilidad carece de la capacidad de distinguir entre las entidades que obliga a plantear ciertas mejoras: En primer lugar no permite distinguir entre las diferentes entidades y llevar a cabo comparaciones entre ellas y en segundo lugar, al estar configurado como un sistema de calificación general, no permite realizar distinciones a nivel de los diferentes grupos de interés que componen la información revelada por la empresa.

En cuanto al primero de los asuntos, la obtención de una determinada calificación lo único que indica es el cumplimiento de unos requisitos mínimos para la obtención de la misma pudiéndose dar el caso de entidades que solo emiten la información mínima exigida, mientras que otras van más allá en su compromiso emitiendo información de

manera voluntaria y adicional a los requisitos de certificación, ofreciendo niveles de divulgación superiores estando por encima de las exigencias del modelo GRI. En segundo lugar la obtención de un determinado “nivel de aplicación” de la memoria de responsabilidad no permite la distinción a un nivel de detalle superior que permita distinguir el grado de compromiso social con cada uno de los diferentes grupos de interés; pudiendo existir diferencias significativas entre las entidades en función del diferente grado de atención a cada uno de estos grupos.

Como consecuencia de lo anterior, como solución a este conjunto de carencias el modelo de medición de la divulgación planteado, ofrece un modo alternativo de medición de la calidad divulgativa. En vez de realizar una categorización de las memorias mediante la verificación del cumplimiento de un conjunto de requisitos mínimos para la obtención de una determinada calificación; de lo que se trata es de medir y clasificar, de acuerdo a un cuadro de indicadores predefinidos, a las entidades en función del tipo y calidad de elementos individuales revelados. Favoreciendo así a aquellas entidades que aportan información voluntaria no requerida para cumplir con el mínimo exigido.

Este sistema de calificación o modelo normalizado, incorpora para su sistema de medición información adicional a la ofrecida por GRI, teniendo en cuenta los elementos adicionales aportados por las entidades y que permiten realizar una calificación más ajustada a la realidad divulgativa de cada una de las entidades analizadas.

#### 4. OBJETIVOS DE INVESTIGACIÓN PREGUNTAS DE INVESTIGACIÓN

Con el propósito general de profundizar en el estudio de la transparencia y calidad informativa, se elabora una propuesta de indicadores para analizar el contenido de las memorias para a continuación examinar los factores que influyen en la divulgación de responsabilidad social de estas compañías. Para la consecución de dicho propósito se plantean dos objetivos de investigación principales. Estos, a su vez, van a ser

desarrollados a través de otros de carácter secundario que ayudan a la mejor comprensión de los primeros. Con el fin de alcanzar alguna conclusión, va a ser necesario además que se elabore posteriormente una serie de hipótesis a contrastar. A continuación se exponen los objetivos principales y secundarios, así como las hipótesis a contrastar para cada uno de ellos que después se desagregarán:

- a) Analizar y comparar las prácticas de divulgación sobre los distintos grupos de interés de las EE.FF en relación a las diferentes categorías de información definidas: Para desarrollar este objetivo se desarrollan tres objetivos secundarios que van a ser estudiados mediante el enfoque del análisis del contenido:

*H0: No existen diferencias divulgativas entre la información revelada por las EE.FF. en sus memorias, siendo su grado de transparencia homogéneo.*

- Examinar la importancia que tiene la RSC para las entidades de crédito y las acciones que llevan a cabo para fomentarla y comprobar qué entidades divulgan más información que otras.

*H1: La información relativa a “empleados” tiene un mejor nivel de divulgación que los contenidos de información referentes a grupos de interés con relación indirecta con la entidad.*

*H2: La información relativa a “clientes” tiene un mejor nivel de divulgación que sobre los contenidos de información referentes a grupos de interés con relación indirecta con la entidad.*

*H3: La revelación de información sobre medioambiente es más extensa que la información sobre impactos en la comunidad.*

*H4: Las EE.FF. otorgan más importancia al ámbito interno de responsabilidad que a su responsabilidad externa como intermediario financiero.*

- Conocer si el proceso de reconversión del sector financiero derivado del contexto de crisis económica ha influido de manera significativa sobre el compromiso social de las entidades: con esa finalidad se va a tener en

consideración la evolución interanual, en el período 2007 – 2010, del comportamiento que han tenido las EE.FF. con respecto a su postura y enfoque hacia temas de responsabilidad a través de la evolución y cambios sufridos en la información publicada en dicho período y si el citado contexto ha afectado a la manera en que es entendida la RSC.

*H5: Se han producido aumentos significativos en los niveles de transparencia informativa de los contenidos divulgados a lo largo de los últimos años.*

*H6: La transparencia informativa acerca de los impactos externos de la actividad intermediadora y de inversión de las entidades es mayor con el paso del tiempo.*

- Identificar y caracterizar diferentes grupos de entidades en función de su manera de entender la RSC mediante el análisis de la importancia que tienen los diversos grupos de interés (stakeholders), para las entidades de depósito. Se trata por tanto de identificar cuáles son las características que se encuentran presentes y que proporcionan un perfil de entidad en relación a su enfoque de responsabilidad.

*H7: Existen diferencias significativas entre las EE.FF. que permiten definir distintos perfiles de entidades con una conducta similar en función del grado de divulgación de RSC, según los grupos de interés sobre los que exista una mayor sensibilidad y mayor atención por parte de las EE.FF.*

- b) Búsqueda de alguna relación causal entre las características de las entidades y el nivel de DRSC, que ayude a explicar qué características de las EE.FF.D. están relacionadas con un mayor nivel de divulgación de información. elementos comunes/diferenciales entre entidades (en función de su naturaleza jurídica, tamaño, presencia internacional, etc.).

*H8: El grado de presión social al que se enfrentan las entidades influye en el grado de transparencia informativa.*

H9: *El grado de respuesta de las EE.FF. a la presión social determina el nivel de transparencia informativa.*

## 5. METODOLOGÍA

Para la consecución de los objetivos anteriormente mencionados (por un lado el análisis y la comparación de las prácticas de divulgación sobre los distintos grupos de interés de las EE.FF. y por otro lado el estudio de las posibles relaciones existentes entre las características propias de las entidades y el nivel de divulgación), este trabajo va a estudiar la RSC desde el punto de vista de la divulgación de la información de sostenibilidad. En línea con los objetivos planteados, el estudio va a realizar una investigación de tipo cuantitativo<sup>6</sup>.

Para el primero de los objetivos se va a emplear la técnica del análisis del contenido. Esta técnica que ya ha sido utilizada previamente en diversos estudios sobre RSC (p.e. Meek *et al.*, 1995; Moneva y Llena, 2000; Archel y Lizarraga, 2001; Robb *et al.*, 2001; Archel, 2003; García-Ayuso y Larrinaga, 2003; Llena *et al.* 2007 y Aranguren, 2008) tiene como objetivo analizar y comparar las prácticas de divulgación informativa de RSC de las distintas EE.FF.

Para llevar a cabo este análisis de contenido de forma cuantitativa se desarrollan como herramientas metodológicas el índice de divulgación y el análisis por conglomerados<sup>7</sup>. Por un lado la técnica del índice de divulgación codifica la información, suministrada y publicada por las propias entidades, en función de su calidad en función de una serie de elementos identificados agrupados en diferentes categorías que comprenden la información divulgada para cada uno de los grupos de interés tenidos en cuenta. Esto va a permitir comparar a nivel de categorías y entidades la información suministrada y

---

<sup>6</sup> La distinción entre el uso de un enfoque de tipo cuantitativo o cualitativo depende del tema estudiado. Mientras que el enfoque cuantitativo es objetivo y se basa principalmente en estadísticas y datos, el enfoque cualitativo es subjetivo y utiliza el lenguaje y descripciones (Lee, 1992).

<sup>7</sup> También denominado análisis clúster.

va a ser agrupada en un indicador general de divulgación que resume en un índice numérico la información divulgada por cada una de las entidades. Por otra parte el análisis por conglomerados trata de identificar a las EE.FF. en función de la tipología de información suministrada y que es recogida en el índice de divulgación.

Finalmente el análisis multivariante trata de encontrar, a través de la elaboración de un modelo de regresión lineal, algún tipo de comportamiento homogéneo o relación entre las características de las EE.FF. (variables independientes) y el indicador general de divulgación (tomada esta como variable dependiente). Se trata de identificar los factores que influyen en dicho grado de divulgación y de transparencia informativa que finalmente se traducen en un mayor nivel y variedad de información publicada/divulgada. Para ello, este trabajo trata de adaptar al contexto concreto del sector financiero español las hipótesis desarrolladas y contrastadas en otros países y sectores de actividad por estudios empíricos previos. Para ello se analiza la relación entre diversas características de las empresas y la calidad de la información social y medioambiental revelada por las entidades, con el fin de evaluar a qué información de responsabilidad se le da prioridad por parte de los gestores de las entidades para satisfacer los deseos y necesidades de los diferentes *stakeholders*.

## 6. ESTRUCTURA DE LA TESIS

La tesis se estructura en torno a seis capítulos; los seis restantes se estructuran como sigue a continuación:

- Capítulo dos: Marco teórico de la Responsabilidad social corporativa y su divulgación, general y en el sector financiero.

El segundo capítulo ofrece una explicación general de los dos principales elementos de estudio, la DRSC y el sector financiero español mediante un esquema introductorio justificando en primer lugar la importancia del sector financiero y la importancia de una buena actitud comunicativa en temas de responsabilidad, para posteriormente ofrecer un resumen de la literatura previa sobre la materia y las novedades que este

trabajo aporta. Para finalizar se plantean los objetivos de investigación, la metodología a seguir, así como la estructura de la tesis, también se provee en este capítulo.

- Capítulo tres: Desarrollo de las hipótesis y metodología de análisis.

Una vez definidos los contenidos teóricos en los que se basa la investigación, se definen, por un lado, las preguntas de investigación que se pretenden responder, y otro lado, como paso previo a la contrastación de los supuestos planteados, el conjunto de herramientas metodológicas utilizadas posteriormente (análisis de contenido, diferencia de medias, análisis clúster y análisis de regresión).

- Capítulo cuatro: Análisis de la información RSC divulgada.

En esta primera parte del análisis de resultados, se lleva a cabo el estudio descriptivo exhaustivo analizando para ello los niveles divulgativos de transparencia informativa a nivel de entidades, mediante un análisis transversal de los datos, evolución temporal y análisis de conglomerados.

- Capítulo cinco: Análisis de los determinantes de información RSC divulgada.

En esta segunda parte del análisis de los resultados, se lleva a cabo el análisis de regresión, en el cual, se estudia y se determina si las diferentes características de las entidades son determinantes para la transparencia informativa.

- Capítulo seis: Discusión y conclusiones.

En esta parte se exponen los principales resultados alcanzados y su interpretación con respecto a los supuestos a priori.

## Capítulo 1: Introducción a la investigación



*CAPÍTULO 2. MARCO TEÓRICO: DELIMITACIÓN DEL CONCEPTO DE  
RSC Y DIVULGACIÓN DE RSC*



CAPÍTULO 2. MARCO TEÓRICO: DELIMITACIÓN DEL CONCEPTO DE RSC Y  
DIVULGACIÓN DE RSC

1. INTRODUCCIÓN
2. LA RESPONSABILIDAD SOCIAL CORPORATIVA
3. CONCEPCIÓN MODERNA DE LA RSC
4. CAUSAS AUMENTO RSC EN LA EMPRESA
5. VENTAJAS QUE APORTA LA RSC
6. LA RSC EN EL SECTOR FINANCIERO: INSTITUCIONES FINANCIERAS ESPAÑOLAS Y SU RESPONSABILIDAD
7. DIVULGACIÓN DE RSC
8. CLASIFICACIÓN DEL CONTENIDO DE LA RSC Y PROPUESTA DE CONTENIDOS. NORMALIZACIÓN DE LA INFORMACIÓN RSC DIVULGADA
9. DETERMINANTES DE LA DRSC



## 1. INTRODUCCIÓN

El interés por la divulgación de la RSC ha aumentado en los últimos años. Actualmente, un amplio número de *stakeholders* demandan cada vez mayor información sobre los temas sociales y ambientales de la actividad empresarial que las empresas necesitan justificar a un público más amplio y lo hace mediante el incremento de la comunicación en una serie de cuestiones que no están limitadas a la dimensión económica de sus operaciones (Daub, 2007). La divulgación de la RSC es una herramienta clave de comunicación con los *stakeholders* en cuanto a las actividades de responsabilidad social de la compañía.

Este capítulo va a responder a las siguientes preguntas: ¿Qué es la DRSC? y ¿cuáles son los asuntos que trata este tipo de divulgación?. El motivo de incluir este capítulo no es otro sino que el de proveer una explicación al aspecto más importante del presente trabajo, el estudio de la RSC a través de la información divulgada por la empresa.

El incremento de la contabilidad de los temas social y medioambiental ha atraído la atención de los investigadores en épocas recientes, los cuales están realizando un esfuerzo por codificar y explicar un área de la actividad corporativa la cual queda fuera del dominio de la contabilidad tradicional (Gray *et al.*, 2001). La mayor preocupación en este ámbito de la investigación reside en el análisis de la relación entre las características de las entidades y el grado y calidad de información divulgada por las empresas.

## 2. LA RESPONSABILIDAD SOCIAL CORPORATIVA

### **2.1. Debate sobre la RSC**

La creciente importancia de las corporaciones privadas en la economía y en la sociedad, a raíz de los procesos de liberalización e internacionalización de la economía, en el que en muchas ocasiones la empresa sustituye al Estado en sus funciones como garante del estado del bienestar, provoca el surgimiento una corriente de pensamiento que apuesta por la existencia de una responsabilidad social de la

empresa, basada en el cada vez más trascendente papel del mundo empresarial y el mayor impacto de sus actuaciones.

El concepto de RSC surge del debate existente sobre el papel de la empresa en la sociedad. Durante muchos años se ha debatido acerca del grado de implicación de la empresa privada en la sociedad como resultado de llevar a cabo su actividad empresarial. Para Salas (2005) la responsabilidad social de la empresa surge del conflicto existente entre hacer máximo el valor económico de los recursos de la empresa y el objetivo general de hacer máximo el bienestar de la sociedad actuando con respeto a los principios éticos y morales.

Por un lado se puede definir la postura defendida por Friedman, quien en 1962 se refiere a que tan solo en el caso de existir un monopolio tiene sentido hablar de RSC, ya que este según él, perturba el funcionamiento del mercado; en 1970 se refiere a la empresa, y expresa que la única responsabilidad de la misma es la maximización de los beneficios, limitando los efectos sociales producidos al pago de impuestos, el cumplimiento de las normas y la contribución al empleo (Carson, 1993).

Frente a este planteamiento inicial sobre el papel de la empresa, la RSC nace como respuesta a los compromisos crecientes adquiridos con la sociedad derivados de su mayor peso en la misma. Esta nueva filosofía implica una involucración de la empresa con la sociedad, que va más allá de la responsabilidad que la organización adquiere con sus accionistas y propietarios a través del desarrollo de acciones que contribuyan a satisfacer las necesidades de sus empleados, cliente, proveedores y del entorno social y económico donde lleva a cabo sus actividades.

## 2.2. Definición de RSC

¿A qué se hace referencia cuando se afirma que una empresa es responsable de algo?

El concepto de RSC, hace referencia a la responsabilidad moral que la empresa tiene sobre un conjunto de acciones determinadas; acciones relacionadas con cualquier tipo de actuación relacionada con la actividad económica desarrollada. Esta afirmación contiene una serie de dimensiones o puntos de vista desde los cuales puede ser enfocado el estudio de la RSC; siguiendo a Argandoña (2009); estos serían: Como atribución de las acciones de la persona; como rendición de cuentas (*accountability*) de esas acciones; como deber u obligación; como actitud de la persona; coherencia a largo plazo.

Aunque existe una serie de razones que nos llevan a introducir la responsabilidad social en la filosofía empresarial, actualmente no existe unidad en la manera de denominar la responsabilidad social de la empresa, usando diferentes acepciones como por ejemplo desarrollo sostenible, empresa sostenible, responsabilidad social empresarial aunque la más empleada es la RSC. Aunque puedan existir matices que las diferencien usaremos el término común de RSC por ser el más empleado en la práctica.

Esta, a su vez, no posee una definición concreta, existe falta de unidad para referirse a ella. Para aproximarnos a la definición del concepto de RSC lo mejor sería ver distintas aportaciones hechas por distintos autores.

En cuanto a su semántica Castillo (1986) la RSC es una obligación ética o moral que voluntariamente acepta la empresa, con la sociedad en su conjunto para satisfacer las necesidades de esta o reparar los daños sobre los individuos o el patrimonio común ocasionados por la actividad empresarial.

Así, la RSC se entiende como un compromiso integral de la empresa y como según indica Díaz (2007) precisa de unas matizaciones:

- Se refiere a una nueva actitud de la empresa hacia su entorno y debe impregnar toda su filosofía.

## Capítulo 2. Marco teórico: Delimitación del concepto de RSC y divulgación de RSC

- Requiere que la empresa asuma la RSC no solo declarativamente sino que también debe gestionarla.
- Es una obligación de la empresa ante la sociedad.
- Debe promover el bienestar social, bienes cualitativos de difícil medición e implementación práctica.
- Representa una actitud de la institución empresarial en su conjunto.

Siguiendo este planteamiento Cuesta (2003) resume la RSC como un conjunto de obligaciones y compromisos, legales y éticos, nacionales e internacionales, con los grupos de interés, que tienen su justificación en los impactos que la actividad de las empresas tienen en el ámbito social, laboral, medioambiental y de los derechos humanos.

Pero ante estas definiciones se hace conveniente acotar el concepto. De esta forma, es preciso aclarar una primera confusión indistinguible entre todo lo que atañe a la filantropía y el mecenazgo y la RSC.

Tradicionalmente las empresas han venido destinando parte de sus beneficios a actividades de carácter social. Las acciones filantrópicas, que no son nuevas, tienen un enfoque de donativo esporádico, concebido como un gasto al servicio de las relaciones públicas. La RSC va mucho más allá de la mera filantropía (Martén, 2005). La acción enmarcada como RSC se concibe como una inversión ligada a un programa de acción estructurado. Se pasa de ser una acción esporádica a una acción permanente, y de ser una acción meramente institucional a una acción participativa en la que se tienen en cuenta las inquietudes de todas las personas a las que afecta la actividad de la empresa.

Siguiendo con las aclaraciones sobre el concepto, es conveniente realizar matizaciones sobre las relaciones existentes con el concepto de *business ethics*, ya que puede llevar a confusión. Partiendo de la idea de que de las relaciones entre la empresa y los agentes sociales surgen una serie de derechos y deberes morales, siendo estos los que



fundamentan las responsabilidades ético-sociales de la empresa (Melé, 1991), existen varias posturas acerca de su relación con el concepto de RSC. Según Díaz (2007: p.30), tradicionalmente se ha definido *business ethics* “como un conjunto de principios que prescriben unos códigos de conducta, que explican lo que es bueno o malo, lo que está bien o mal”. Esta definición se basa en la existencia de un acuerdo sobre las cosas que están bien y otras que están mal. Estos principios éticos necesitan de un consenso, cosa poco probable en un mundo cada vez más plural. La ética se presenta como un conjunto estático de principios. Por otra parte la RSC se mueve en un mundo cambiante, se adapta a las necesidades de su entorno, así como a la realidad dinámica de las empresas.

Para Valor (2004) la RSC es la disciplina que incluye tanto el pensamiento sobre responsabilidad social de la empresa como los conceptos de *business ethics*. Lozano (1999) prefiere definir a la RSC como un debate previo a la conceptualización del *business ethics*. Según este autor en los últimos años se prefiere hablar de RSC. Esto lo achaca al momento de relativismo moral predominante en la sociedad, ya que la RSC es menos comprometida, pues parte de un concepto subjetivo, adaptable a cada momento de la historia y la sociedad. Por lo tanto la RSC es una parte del *business ethics*, y como parte del mismo, la RSC debe ser un elemento de la ética de las organizaciones, que necesita de un marco ético que delimite su contenido, contemple las exigencias cambiantes de la sociedad y sea capaz de adaptarse. La función de la RSC es la de definir el contexto apropiado en cada momento que defina qué es el bienestar social y la conducta necesaria para alcanzarlo.

Por su parte Carroll (1989 y 1991) define la RSC como fundamentalmente cambiante, ya que sus formulaciones concretas responderán a las circunstancias condicionantes de cada empresa, dando lugar a contenidos relativos al tipo de empresa de que se trate, dimensión, sector de actividad, influencia, contexto geográfico, histórico, político y social. La determinación del contenido de la RSC está en la integración de las finalidades propias de la empresa y las de la sociedad, en la consideración de los valores medioambientales y en su integración en la actividad medioambiental. Por lo tanto, lo que ayer era válido como RSC hoy no lo es. Castillo (1986) es de la misma

opinión, las empresas una vez que conocen las necesidades sociales, fijan el contenido de su responsabilidad social, en función de las áreas de actividad de la empresa y los agentes sociales afectados por ella.

El carácter dinámico del contenido hace que evolucione en el tiempo unido a los intereses que la sociedad. De manera general, con el tiempo la RSC va progresivamente incorporando temas nuevos a su contenido, redefiniendo sus prioridades, y tomando una preocupación creciente por temas más generales.

Por otra parte Hopkins (2004: p.1) sostiene que “la RSC tiene como meta mantener un comportamiento ético o un trato responsable con los distintos grupos de interés que confluyen en la empresa. Trato ético o responsable hacia sus grupos de interés significa actuar con ellos de una manera considerada aceptable en los países civilizados. Lo social incluye la responsabilidad económica. Hay grupos de interés internos o dentro de la empresa y externos o fuera de la empresa. El medioambiente natural también debe considerarse grupo de interés. El objetivo de la responsabilidad social de la empresa en su sentido más amplio es crear los más altos niveles de vida, preservando la rentabilidad de la empresa, para las personas de dentro y de fuera de la empresa. Por consiguiente, RSC significa comportamiento ético de la empresa hacia sus distintos componentes o grupos de interés”.

En palabras del *Libro Verde de la Responsabilidad Social Empresarial* (2001), el concepto de responsabilidad social se define como “la integración voluntaria, por parte de las empresas, de las preocupaciones sociales y medioambientales en sus operaciones comerciales y sus relaciones con sus interlocutores”. De esta afirmación se desprende que las empresas que aplican la filosofía de RSC a su gestión, definen sus objetivos desde una triple perspectiva (económica, social y medioambiental), esto quiere decir que, no solo rinden cuentas ante sus propietarios o accionistas sino también lo hacen frente al conjunto de la sociedad por medio de los diferentes grupos de interés.

Con este nuevo planteamiento pluralista de la empresa, que introduce la RSC, no se trata de sustituir el paradigma clásico de búsqueda de resultados estrictamente

económicos sino más bien lo que se pretende es ofrecer una visión complementaria, enriqueciendo de esta manera la finalidad de la actividad empresarial. En este sentido de lo que se trata es de encontrar el equilibrio entre los objetivos empresariales tradicionales (rentabilidad económica) y rentabilidad social y medioambiental. Por otra parte, asumir el razonamiento de la RSC supone que la entidad adopta un planteamiento basado en conceptos como la sostenibilidad, la responsabilidad, diálogo y el acuerdo con una gran diversidad de grupos de interés, teniendo en cuenta en el momento de la toma de decisiones la consideración de sus expectativas e intereses.

Ante la multitud de definiciones acerca de lo que es la RSC, los rasgos distintivos, según De la Cuesta, que no deben faltar en una definición de RSC son los siguientes:

- La RSC se basa en que la actividad empresarial es inseparable de la seguridad, la salud, desarrollo de los empleados, prestación de un servicio de calidad a los clientes, trato adecuado a los proveedores, proteger el medioambiente y el desarrollo de las comunidades donde la compañía se establece.
- Vinculación de la RSC a unos principios comúnmente aceptados, basarse en la legislación internacional y responder a las necesidades de la sociedad.
- Inclusión expresa de los derechos laborales básicos, derecho a la libertad y a la vida, derecho a la privacidad y a la propiedad, libertad religiosa y de opinión.
- Respeto a la soberanía de los países en que la empresa opera.
- La RSC debe ser aplicable a todas las organizaciones empresariales, independientemente de su propiedad o naturaleza societaria.

A todo esto hay que añadir una serie de requisitos que debe tener la RSC en todo caso, como apunta Cendoya (2005):

- Tiene que ser rentable: todas las partes involucradas deben salir beneficiadas, el beneficio mutuo debe ser una premisa para que las actuaciones de RSC sean sostenibles a largo plazo, Sarro (2007).

- Deben comunicarlo a todos los *stakeholders*.
- Las acciones de orientación social deben estar inmersas en la estrategia global de la compañía.

La RSC debe entenderse como un compromiso integral de la empresa asumido en toda su red de relaciones, que contribuye al desarrollo y al bienestar de la sociedad en su conjunto, con valores éticos y acatando la legalidad, respetando la dignidad humana y el medioambiente. Es por tanto primordial para la empresa la correcta identificación de cuáles son los grupos de interés que interactúan con ella, para con posterioridad focalizarse en aquéllos que tienen más importancia para la misma.

### **2.3. Origen y evolución histórica de la RSC**

La idea de RSC nace como un nuevo concepto de gestión empresarial surgido a finales del siglo XX, concretamente a finales de los setenta<sup>8</sup> y se consolida en los años ochenta<sup>9</sup> bajo una doble perspectiva (Díaz, 2007): por un lado como la expresión de la necesidad del mundo empresarial de justificar ante la sociedad su actividad y por otra parte desde el mundo académico como objeto de investigación. Posteriormente en los años noventa e inicio del siglo XXI alcanza su mayor popularidad<sup>10</sup> y difusión.

Se puede afirmar que el concepto de responsabilidad social ya existía de forma implícita antes de que comenzara a ser formulada como teoría. Tradicionalmente se ha considerado a la empresa como unidad de producción que cumple la función económica de producir bienes y servicios para la satisfacción de necesidades humanas.

---

<sup>8</sup> No obstante, la preocupación por el estudio de este tema es muy anterior en países como Estados Unidos, donde las primeras conceptualizaciones de la Responsabilidad Social se remontan a los años 50. Bowen(1953).

<sup>9</sup> En 1980, se define el modelo *Stakeholder*, balance social como medio para presentar la RSC (Autores: Drucker, 1988; Freeman y Gilbert, 1988 y Carroll, 1989)

<sup>10</sup> Con la generalización de las memorias de responsabilidad social en las grandes corporaciones y las propuestas de normalización de informes de RSC.

Este planteamiento lleva implícita una función social y medioambiental. En esta etapa previa al surgimiento de la teoría de la RS, el modelo económico predominante es aquel en el que el Estado interviene de forma decisiva en la marcha de la economía. En este modelo económico el papel que cumple el Estado hace que la empresa subordine sus responsabilidades distintas de lo meramente económico a él. Limitando el papel de la empresa a la obtención de beneficios, es el Estado el encargado, bajo este prisma, de suministrar el bienestar a la sociedad.

Tras la crisis de los años setenta, se empieza a pensar que no solo el Estado debe ser el encargado de administrar el gasto social y ser el responsable de suministrar bienestar a la sociedad. Es en esta época, finales de los setenta y primera mitad de los ochenta es cuando se consolida la teoría de la RSC. La idea básica es que la empresa como agente social forma parte de la sociedad y como tal debe devolver a esta aquello de lo que se ha servido como parte de la misma para su beneficio propio. De lo que se trata por tanto es de redistribuir parte de lo ganado en beneficio del bien común.

Durante todo este tiempo, desde la aparición de la teoría de RSC hasta nuestros días, esta ha pasado por diversos momentos de relevancia. Durante los primeros años el análisis de la repercusión de la actividad empresarial fue muy notable, por parte del mundo académico se hacían grandes aportaciones y en el mundo empresarial surgían publicaciones llamadas originalmente balances e informes sociales. Pero tras este éxito inicial la RSC cayó en el olvido tras la recuperación económica de finales de los ochenta y la crisis al inicio de los noventa.

Tras unos años de ostracismo, a mediados de la década de los noventa volvió a tomar mayor protagonismo en la actualidad empresarial. Se introdujo la figura de la memoria de responsabilidad social como medio para difundir la actividad responsable de la empresa así como una serie de indicadores que ayudaban a su medición. En gran parte este auge fue debido a un cambio en el modelo social y económico. Por un lado, la mayor preocupación y concienciación por los temas sociales y medioambientales derivados del que se ha venido a denominar cambio climático, el desarrollo de la sociedad de la información también contribuyó a ello, y por otro lado el cambio hacia

una economía globalizada unido al proceso de privatización y concentración de empresas ha hecho que el grado de afección de las mismas sobre el entorno sea mayor, alcanzando sus actividades y sus efectos una dimensión internacional. Todos estos factores han sido los que de alguna forma han fomentado el auge, que está teniendo la RSC en estos momentos. La diferencia es que esta vez parece que la RSC viene para quedarse, ya que parece que las circunstancias en el comienzo de este nuevo milenio indican que la RSC es más necesaria que nunca.

Tabla 1. Evolución temporal de la RSC.

Período	Años 70	Mediados 80	Finales 80 – mediados 90	Finales 90	Inicio siglo XXI
Característica	Origen	1ª consolidación	Caída en desuso	Vuelta a la actualidad	Consolidación definitiva
Aspectos clave	Primeras definiciones sobre RSC	Modelo <i>Stakeholders</i> y balance social	Situación económica	Globalización economía y concienciación social	Memoria de responsabilidad y definición criterios medición. Implicación instituciones.

Fuente: elaboración propia.

#### 2.4. Teorías vinculadas al concepto de RSC

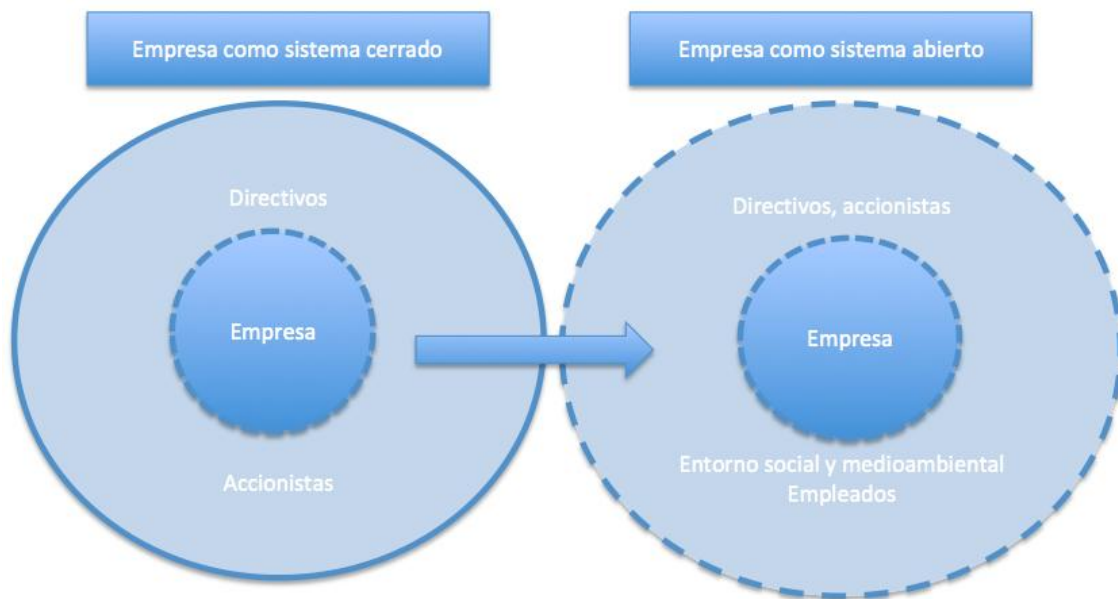
Se pueden encontrar en la literatura sobre RSC diversas teorías que tratan de aportar, desde diferentes ámbitos del conocimiento, explicaciones sobre los fundamentos y motivaciones que llevan a la empresa a adoptar planteamientos de tipo ético y moral.

La introducción del concepto de sostenibilidad supuso un cambio profundo en la concepción de la empresa como tal y determina su papel en la sociedad. De este modo, este planteamiento de contenido ético, convierte el planteamiento clásico de

empresa unitaria, limitado a la relación bilateral empresa – accionistas, dando paso a un modelo de empresa pluralista o multilateral (Cuervo 2005) en la que participan todos los grupos de interés: accionistas, directivos, empleados, clientes, proveedores, administraciones públicas, inversores, comunidad local y la sociedad en general. De este modo, esta afirmación lleva a plantear qué motivos tiene la empresa para tratar de ser éticamente responsable ante su entorno.

Por lo tanto, la función empresarial se encuentra inmersa en una revisión de la función social y medioambiental, origen de la teoría de la responsabilidad social, en la que se pasa de una concepción de empresa como un sistema cerrado, aislado de la mayor parte de su entorno, a un sistema que define a la empresa como un sistema abierto (figura 1).

Figura 1. Cambio de planteamiento empresarial.



Fuente: elaboración propia.

Las principales teorías que explican el concepto de RSC (p.e. Rajtongakal *et al.*, 2006 y Melé, 2007) son:

#### **A. Modelo tradicional de empresa: *Shareholders***

La teoría relativa a la RSC nace como reformulación de lo que en sí y lo que significa la empresa. Esta nueva teoría surge del conflicto abierto entre la concepción tradicional de la empresa en la que la finalidad prioritaria se identifica con los intereses de los propietarios, y la nueva visión por la que apuesta la RSC en la que los objetivos de la empresa están ligados no solo al beneficio de sus propietarios sino que también tiene en cuenta al resto de la sociedad.

El modelo de empresa “unitaria” defendido por Levitt (1958), Friedman (1970) y Chamberlain (1973), aboga por la obtención de beneficios para sus propietarios como única responsabilidad de la misma. De este modo, la idea tradicional en la economía de mercado es que la empresa pertenece a sus propietarios y que son estos los que deciden. Por lo tanto su finalidad y responsabilidad se centra en satisfacer las necesidades de estos.

Según la teoría tradicional el principal objetivo y responsabilidad que debe perseguir la empresa son los objetivos financieros de los propietarios, y de manera secundaria, como apunta Termes (1995), la responsabilidad se amplía a prestar un verdadero servicio a la comunidad donde se halla ubicada, limitada a la generación de trabajo y riqueza a través de la actividad productiva y la filantropía corporativa mediante acciones puntuales. A pesar que la idea del bien común está presente en esta teoría, la idea de grupos de interés aún no está presente y los grupos de personas a los que la actividad de la empresa afecta (empleados, clientes, proveedores, la sociedad en general) no son competencia de la empresa (contribuyendo solo de manera marginal), siendo el Estado y las leyes los garantes de su bienestar. Y la relación con ellos por parte de la empresa se limita al contrato que les vincula. Según Cuervo (1982), la empresa no tiene otras obligaciones con los distintos grupos que componen la sociedad, a excepción de los accionistas, más que las que describen los contratos y las leyes.



En este enfoque podemos decir que la obtención de beneficios es la primera responsabilidad de la empresa, pero considera que no ha de ser entendida como la única responsabilidad. Así, Termes (1995) define un doble objetivo: crear riqueza para todos los participantes en la empresa y En este modelo de empresa la eficiencia de la misma está relacionada en un primer momento con la obtención de los máximos beneficios posibles, o con la idea de maximización del valor de mercado o de las acciones para los socios.

El modelo de empresa unitaria se asimila al modelo de economía liberal, computando solo los costes y beneficios privados, obviando las posibles externalidades positivas o negativas<sup>11</sup>, siendo aquéllos, según William (1966: p.22) “una medida adecuada de los costes y beneficios de las actividades productivas. Siendo los precios de los productos los únicos que recogen los efectos del comportamiento de la empresa”.

El único sentido que se encuentra a este planteamiento clásico de la empresa se da en un sistema económico de competencia perfecta. En un sistema de competencia perfecta se genera un nivel de producción económicamente eficiente. Se maximiza el beneficio obtenido tanto por la empresa como por el cliente. Todo ello porque ninguna empresa tiene suficiente poder y tamaño como para influenciar en los precios, estos son dados por el mercado, ni como demandante de factores, ni como oferente de productos. Se entiende que el mercado funciona de forma automática, produciendo una asignación eficiente para toda la sociedad.

Lo que no ha tenido en cuenta esta teoría, es que en realidad existe una serie de factores que hay que introducir en el modelo económico y que no lo hacen tan perfecto. Hay que tener en cuenta la existencia de externalidades, la falta de información, regulación estatal y sobre todo la concentración de poder empresarial. El entorno económico actual dista mucho de ser un sistema de mercado puramente

---

<sup>11</sup>Estas externalidades se identifican como efectos añadidos que acompañan a la actividad de la empresa. Estas externalidades son difíciles de cuantificar y no son recogidas por la contabilidad de ninguna empresa pero tienen de forma efectiva una repercusión sobre la sociedad en su conjunto.

competitivo; esto provoca a su vez, que exista un desigual reparto de poder entre las corporaciones y la sociedad. Todo esto da lugar a que las empresas tengan un poder sin precedentes conocido, lo que de alguna forma hace que también aumenten su cuota de responsabilidad haciendo que tengan en cuenta a los grupos de interés y dejando obsoleto el modelo tradicional de empresa unitaria.

### **B. Teoría socioeconómica de los *Stakeholder* ó los Grupos de Interés**

Uno de los principales enfoques, para entender el concepto de RSC, es desde la óptica de los grupos de interés y del conjunto de relaciones que estos grupos mantienen con la empresa. Esta teoría supera y se impone como modelo a seguir en el diseño de las políticas de RS sobre la concepción tradicional *shareholder*, bajo la cual el único grupo de interesados son los accionistas o propietarios.

Los grupos de interés se pueden definir como aquellos conjuntos de individuos dentro de la sociedad con características, motivaciones y expectativas homogéneas y recíprocas con las diferentes actividades desarrolladas por las empresas.

En 1984 Freeman emplea por primera vez el concepto de *stakeholders*, en contraposición al concepto de *shareholders* o *stockholders* introduciendo el término de empresa pluralista en contraposición de la empresa unitaria. Esta concepción de empresa será a partir de ese momento la que va a predominar en la conceptualización y desarrollo de toda la teoría sobre RSC rechazando y superando el modelo de Friedman de empresa unitaria con responsabilidades únicamente hacia sus propietarios es rechazado.

Por lo tanto ante la pregunta de a quién rinde cuentas la empresa, la respuesta es que a todos a los que pueda afectar con su actividad. Así, según la teoría de los *stakeholders* el objetivo de la empresa es servir al interés de los agentes sociales (Nascimento, 2001).

Esta nueva conceptualización de empresa debe tener en cuenta a su entorno para crecer, autores como Serrano (1981); Castillo (1985); Boatright (1993); Carroll (1999) y Cuesta (2003) coinciden en cifrar en tres las áreas de responsabilidad corporativa:

económica, sociocultural y medioambiental. Esta triple visión de los objetivos empresariales se basa en la toma en consideración y contabilización de las externalidades (positivas y negativas) de su actividad hacia el entorno, mediante la consideración de su responsabilidad en corregir las externalidades negativas derivadas de su actividad y en promover efectos positivos en la sociedad que a largo plazo puedan repercutir en la generación de ventajas competitivas para la empresa, buscando siempre el beneficio mutuo.

Esta forma de entender la empresa parte de la idea de toma en consideración de aquellos grupos de interés ante los cuales la empresa, debe por un lado, responder y rendir cuentas por las actividades llevadas a cabo y por otra parte tener en cuenta en sus aspiraciones y preocupaciones para integrarlas dentro del proceso de toma de decisiones organizacionales. Como apunta Lozano (1999) los grupos de interés son aquellas personas que afectan a la empresa o son afectadas por esta; cada uno de estos grupos con sus intereses, demandas y expectativas en cada caso, así como el poder que tiene cada uno de estos grupos sobre esta red de relaciones con la entidad. Para Cuesta *et al.* (2002) este planteamiento surge de la creencia en el reparto del poder en las organizaciones y en el reconocimiento del papel desempeñado por cada uno de los grupos de interés que la conforman, tanto de manera interna como externa. No se debe de considerar que forman parte de la empresa solo propietarios, directivos y empleados, hay que tener en cuenta también otros grupos como son los clientes, los competidores, la comunidad local, nacional, medioambiente, proveedores, etc. (Frederick, 1998).

Por su parte, Freeman llega la conclusión de que si las empresas operan cada vez en ambientes más complejos, tienen por lo tanto que cubrir objetivos que afectan a más grupos de interés. Así, (Hernández y Ramiro, 2009) a aquellos colectivos que ya formaban parte del núcleo de gestión empresarial – empleados, accionistas y propietarios – se le van sumando otros actores que, desde el punto de vista de las empresas privadas deben ser tenidos en cuenta – comunidades, gobiernos, proveedores, generaciones futuras, clientes, ONG y sindicatos –. Lozano (1999) añade que también debe tenerse en cuenta los intereses, las demandas y las expectativas

que están en juego en cada caso, y el poder real que tiene cada uno en esa red de relaciones.

Por lo tanto, como principales integrantes del modelo *stakeholder* se puede encontrar los colectivos de empleados, clientes, proveedores, distribuidores, consumidores, competencia, sindicatos, asociaciones de empresarios, medios de comunicación, Administraciones Públicas, comunidades locales, ONGs, fundaciones, etc. No existiendo acuerdo entre la comunidad científica que fije un criterio exacto que delimite estos.

Una de las maneras más comúnmente extendidas en la literatura (p.e. AECA 2004 y Argandoña, 2010) sobre grupos de interés para clasificar a los distintos colectivos con relaciones e intereses en las corporaciones, consiste en distinguirlos según el tipo de relación que estos mantienen con la empresa. Es decir se va a distinguir entre aquellos grupos de interés con una relación contractual con la compañía y aquellos que no la tiene. Al primero de los grupos lo denominaremos “grupos de interés primarios”, “internos” ó “agentes directos” y a los segundos, aquellos que no tienen una relación contractual con la compañía “grupos de interés secundarios”, “externos” ó “indirectos”.

- En el caso de los primeros son aquellos grupos con derechos directos y legalmente establecidos en la empresa. Siguiendo este razonamiento decimos que son grupos de interés que intervienen en la actividad propia de la entidad, por lo que van a ser denominados como *stakeholders* o agentes directos. Dentro del primero de ellos, se puede distinguir a su vez entre aquellos que propiamente pertenecen a la empresa (propietarios, accionistas, directivos y empleados) y aquellos que mantienen una relación directa (clientes, proveedores, subcontratistas, consumidores finales e inversores). Para Argandoña (2010) las responsabilidades ante los *stakeholders* directos están condicionadas por las motivaciones que llevaron a estos a participar en la empresa, en otras palabras, la satisfacción de una serie de necesidades, sirvan como ejemplo: remuneración, conocimientos, desarrollo de capacidades,

adquisición de virtudes, relaciones humanas, etc.). Este conjunto de grupos de personas, que componen la empresa, se reúnen en ella porque esta es la manera más eficiente, de conseguir un resultado conjunto, que de manera separada no se podría alcanzar o se alcanzaría de un modo ineficiente, convirtiéndose así en la función social primordial de la empresa. A partir de aquí, se definen las responsabilidades de carácter externo de la empresa; qué necesidades y de qué personas externas a la organización. Estas responsabilidades externas van a variar dependiendo del grupo de interés al que se haga referencia así como en función del sector de actividad y del tipo de empresa al que se haga referencia.

- En el segundo caso, se ubicarían, los que han venido a denominarse *stakeholders* secundarios, que son aquellos cuyos derechos sobre la empresa se basan en las obligaciones éticas, más que legales. En concreto se identifican en esta categoría los contenidos informativos que hacen referencia a la comunidad y al medioambiente. De este modo estos grupos aún teniendo intereses en la actividad de la empresa y viéndose afectados por la misma, no participan de forma directa en la actividad corriente de las entidades, ni afectados de manera directa por las decisiones empresariales, por lo que van a ser denominados como grupo de interés o agentes indirectos. Entre los grupos de interés a nivel externo se pueden destacar Administración Pública, Administración Local, ONGs, asociaciones de empresarios y sindicatos, competencia, etc. A pesar de no mantener una relación contractual típica, como ocurre con los grupos de interés directos, existe un deber ético por el cual estos agentes no dejan de tener por ello una serie de derechos informativos sobre las actividades societarias que les puedan afectar.

Tabla 2. Clasificación de los grupos de interés según el grado de relación con la empresa.

Grupos de Interés de la empresa	
Internos / Primarios / Directos	Externos / Secundarios / Indirectos
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Pertenecientes a la empresa                             <ul style="list-style-type: none"> <li>• propietarios</li> <li>• accionistas</li> <li>• directivos</li> <li>• empleados</li> </ul> </li> <li>- Con relación directa                             <ul style="list-style-type: none"> <li>• clientes</li> <li>• proveedores</li> <li>• subcontratistas</li> <li>• consumidores finales</li> <li>• inversores</li> </ul> </li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Administración Pública</li> <li>- Administración Local</li> <li>- ONGs</li> <li>- asociaciones de empresarios y sindicatos</li> <li>- competencia</li> <li>- Medioambiente</li> <li>- etc.</li> </ul>

Fuente: Elaboración propia.

Para la toma en consideración de las demandas de estos grupos, existen varias razones que justifican la adopción de un compromiso entre la entidad y su entorno. Del lado de los grupos de interés, estos van a estar potencialmente expuestos a las decisiones empresariales, con independencia de una relación contractual entre ambas partes, lo que justifica que estos tengan intereses legítimos sobre el desarrollo de las actividades de la empresa que les puedan afectar, así como también tienen capacidad para influir en la toma de decisiones de la misma. En el caso de las motivaciones que llevan a la empresa a adoptar una postura a favor del cuidado y atención de los grupos de interés, no se limitan al ámbito meramente económico, sino que además, trabajando en esta dirección se consigue mejorar la reputación y legitimación de sus actividades.

A continuación se destacan varias teorías – performance social, modelo bidimensional, teoría del marketing, modelo estratégico, modelo de RSC selectiva - sobre cómo puede

ser la actitud de las empresas en relación a la responsabilidad desarrolladas dentro del ámbito de la concepción socioeconómica de la empresa.

### **C. Teoría del *performance* social o legitimación**

En este caso la RSC se basa en la idea de que es la sociedad en su conjunto, la que legitima y permite a la empresa la consecución de la actividad productiva. Según Díaz (2007), la empresa nace, se desarrolla y vive gracias a la sociedad, por lo tanto la empresa no debe limitarse a beneficiarse de ella, sino que debe contribuir a ella, devolviendo parte de lo que ha usado a costa de ella para su desarrollo. La empresa por lo tanto legitima su actividad cuando contribuye al bien común y devuelve lo que de la comunidad ha tomado. Para los que apoyan este nuevo planteamiento lo que interesa a largo plazo a las empresas es tener un comportamiento social responsable (Teoría del permiso social, Carroll, 1989). De este modo, un comportamiento socialmente responsable y anticipador, es menos costoso que adoptar un comportamiento reactivo, ya que va a contar con el rechazo inicial del entorno.

La teoría de la legitimación, según Valor y Cuesta (2003), para que la empresa pueda operar debe contar con la aprobación de todos aquellos agentes con los que se relaciona la organización. Esta plantea que las empresas o entidades, de manera continua, tratan que sus actividades se encuentren dentro de los límites y normas que la sociedad en la cual desarrollan su actividad establece (Guthrie *et al.* 2004). Esto se basa en la noción de “contrato social” entre la empresa y la sociedad. El contrato social se usa como representación de la variedad de expectativas que la sociedad en su conjunto tiene sobre como la organización debe llevar a cabo sus actividades. Este compromiso encuentra su respaldo en el reconocimiento por parte la ONU a través del acuerdo *Global Compact* (1999) el cual fija como uno de los principios de la acción voluntaria de la empresa “la legitimación social de los negocios y los mercados”.

Autores como Donaldson (1982), Sulbarán (1992) y Fraedrich y Ferrell (2000) lo secundan apostando por un planteamiento más completo en el que además de los resultados económicos añaden objetivos morales en la estructura corporativa de toma de decisiones.

Este modelo define tres dimensiones para comprender de qué manera la empresa entiende la RSC, para ello define tres dimensiones: actitud y motivaciones, qué nivel de responsabilidad asume y aspectos sociales sobre los que actúa, ver tabla 3.

Tabla 3. Dimensiones del modelo organizacional de *performance* social.

Dimensión 1: Actitud ante la RSC	Dimensión 2: Categorías de RSC	Dimensión 3: Fines sociales afectados
Reactiva	Económica	Consumo
Defensiva	Legal	Medioambiente
Acomodativa	Ética	Seguridad del producto
Proactiva	Discrecional	Seguridad laboral
		Accionistas

Fuente: Joyner y Payne (2002).

La primera dimensión, actitud ante la RSC, hace referencia al modo en que la sociedad responde a las demandas de la sociedad, adoptando una filosofía reactiva, defensiva o proactiva.

La segunda dimensión, categorías de RSC, se refiere a los distintos niveles de responsabilidad a los que se enfrenta la empresa. Desde un punto de vista operacional para la entidad, en primer lugar la empresa tiene que ser rentable económicamente, cumpliendo con las disposiciones legales y requisitos mínimos establecidos, para posteriormente cumplir con las expectativas de la sociedad más allá de lo que estipula la ley. Finalmente, la sociedad tomando consciencia de su papel por mejorar la sociedad lleva a cabo acciones responsables que superan las expectativas previas de la sociedad sobre su actuación.

Finalmente la tercera dimensión, fines sociales afectados, hace referencia a los campos de actividad o grupos de interés sobre los que puede desarrollar su actividad responsable.



Posteriormente ampliará en 1991 el modelo, ofreciendo una definición cuádruple de RSC. Este, define cuatro dimensiones que analizan el modo en que la empresa puede conseguir un buen desempeño social. Esas resumen el campo de acción de la RSC: expectativas económicas, legales, éticas y filantrópicas de la sociedad respecto a las organizaciones. Carroll (1989) pone en relación estas cuatro dimensiones de la responsabilidad en orden ascendente por orden de primacía. Los cuatro niveles de responsabilidad que la empresa debe asumir para satisfacer las expectativas de la sociedad, son (Nascimento, 2001):

- Responsabilidad económica: es la responsabilidad fundamental de la empresa, se deriva del cumplimiento de su función tradicional, es decir, de la producción de bienes y servicios con el fin de obtener un beneficio determinado, similar a la responsabilidad en el modelo shareholders.
- Responsabilidad legal: las actividades que las empresas desarrollan están sometidas a una serie de regulaciones que deben ser respetadas.
- Responsabilidad ética: se refiere al conjunto de actividades y prácticas de las empresas que son juzgadas como correctas o incorrectas por la sociedad, aún sin estar estipuladas por ley.
- Responsabilidad discrecional, voluntaria o filantrópica: Actividades que no son exigencia de la sociedad pero que son satisfactorias, como son contribuir con recursos financieros a obras de caridad, apoyar programas educacionales, etc.

Por lo tanto, las empresas deben contribuir a la sociedad de diversas maneras, en primer lugar ofreciendo productos y servicios adecuados, creando puestos de trabajo y generando riqueza. Esto requiere que la empresa sea competitiva, obtenga beneficios y mejore su situación financiera. Desde este punto de vista la obtención de beneficios es una responsabilidad básica, pero no la única. Las empresas deben adoptar un modelo de gestión que implique a toda su organización y que abarque todas las políticas que lleve a cabo teniendo como referencia la contribución a la mejora del

bienestar común de la sociedad. Por lo tanto la RSC debe integrarse en la propia estrategia empresarial.

Por su parte, un gran número de estudios previos han examinado que la revelación de información voluntaria es empleada por las organizaciones en respuesta a la presión social (p.e. Puxty, 1986; Guthrie y Parker, 1989, 1990; Patten, 1991, 1992; Roberts, 1992; Fuentes, 1993; Blackburn *et al.*, 1994; Deegan y Rankin, 1996; Moneva y Llena, 1996; Walden y Schwartz, 1997; Neu *et al.*, 1998; Larrinaga, 1999) por lo que será importante que la empresa sea flexible a sus requerimientos. Adoptando la perspectiva que ofrece esta teoría, una organización informaría de todo aquellas actividades sobre las cuáles la sociedad espera un determinado comportamiento. En este mismo sentido se expresa Criado *et al.*, 2008, al afirmar que si la empresa no se ve amenazada en su legitimidad decidirá no revelar información, aunque esta sea obligatoria.

En relación a esta teoría, Lindblom (1994) afirma que las entidades pueden usar la revelación de la información al público general de forma que pueden adoptar diferentes estrategias en el caso de que estas vean comprometida su legitimidad. De este modo, se pueden ordenar en función del grado de correspondencia entre el discurso ofrecido y el comportamiento real de la organización a la vez que explican el motivo por el que las entidades adoptan de forma voluntaria estos compromisos divulgativos, como se resume en el siguiente cuadro:

Tabla 4. Estrategias adoptadas por la organización en relación a la teoría de la legitimidad.

Definición	Objetivo de la divulgación
Correspondencia total entre comportamiento y divulgación	Informar y educar a su “público objetivo” sobre los cambios (reales) en el comportamiento y actividades de la organización
Divulgación de información limitada	Se busca el cambio de la percepción del público pero no se modifica el comportamiento real de la organización
Correspondencia nula entre comportamiento y divulgación	Manipular la percepción del público objetivo mediante la desviación de la atención de los elementos que más conciernen hacia otros diferentes

Fuente: elaboración propia a partir de Lindblom (1994).

Siguiendo con la teoría de la legitimación, las entidades tienen continuamente parecer que actúan de una manera que sea congruente con sus valores corporativos. (Guthrie y Parker, 1989, 1990; Fuentes, 2008). Por lo que no basta con que sean responsables, también tienen que parecerlo. Esto es alcanzado de manera frecuente por medio de su comunicación a través de los informes y memorias que las compañías preparan.

Por lo tanto, según lo anterior, la legitimidad se da cuando el sistema de valores de una empresa es congruente con el sistema de valores de la sociedad, tomando la entidad aquellas medidas que le aseguren que sus actividades sean aceptadas por la comunidad; sin embargo en ocasiones una simple apariencia puede desvirtuar la percepción del entorno hacia la entidad.

**D. Otras teorías sobre RSC**

Si bien, las teorías de los grupos de interés y la legitimación, son las más difundidas y mejor estudiadas en la literatura sobre RSC existen otros planteamientos que expliquen la importancia de la sostenibilidad en la actividad productiva.

- Modelo bidimensional de Quazi y O’Brien.

Según Quazi y O’Brien (2000), la postura que una entidad adopta acerca de la RSC responde a una doble dimensión. Estas dos dimensiones son el ámbito de responsabilidad (reducido o amplio) y los resultados para la empresa derivados de la actuación de responsabilidad (ganancias o pérdidas). Para su análisis representamos en la tabla 5 cuales son los distintos enfoques sobre responsabilidad social asumidos por la empresa.

Tabla 5. Enfoques de la RSC.

		Resultado	
		Ganancia	Pérdida
Ámbito responsabilidad	Amplio	Enfoque moderno	Enfoque filantrópico
	Reducido	Enfoque socioeconómico	Enfoque clásico

Fuente: elaboración propia.

Estos distintos enfoques son denominados de la siguiente forma:

- Enfoque clásico: se relaciona con la visión tradicional del papel de la empresa en la sociedad. En este caso se considera que la única responsabilidad a perseguir es la de obtener unos resultados económicos y considera cualquier acción de responsabilidad un coste para la entidad que no reporta ningún beneficio.

- Enfoque socioeconómico: se tiene una visión reducida de la RSC, se acepta cierto grado de responsabilidad que aporte rentabilidad a la empresa, en casos en los que su no adopción signifique una pérdida (no adoptar legislación puede acarrear sanciones económicas). Mediante este enfoque se compatibiliza la maximización del beneficio y el soporte a demandas sociales.
- Enfoque filantrópico: en esta visión amplia de la RSC, las empresas a través de una acción altruista y ética, realizan una aportación a su entorno aunque esta suponga una pérdida para aquella.
- Enfoque moderno: la empresa mantiene una visión amplia de la RSC hacia la sociedad produciendo no solo beneficio para esta sino que la empresa consigue unos beneficios a largo plazo derivados de su actuación.

Este enfoque moderno de la RSC es plenamente compatible con la teoría *stakeholders* ya que la empresa para obtener y afianzar su posición y rentabilidad a largo plazo debe tener en cuenta e implicarse en los intereses de los distintos grupos de interés, definiendo objetivos estratégicos no solo económicos sino también sociales y medioambientales.

### **E. Teoría del marketing**

Otro aspecto que ayuda a avivar el debate sobre la definición y naturaleza de la RSC, es el del marketing. Para Sarro *et al.* (2007), la orientación de RSC hay que situarla dentro de las acciones de marketing de la entidad. La AMA, *American Marketing Association*, reformuló la definición de marketing, reconociendo explícitamente que las acciones de marketing deben perseguir el beneficio de la organización y sus *stakeholders*.

### **F. Modelo de RSC selectiva**

La RSC no solo es cambiante, sino que además según una aportación reciente (Porter y Kramer, 2006), se afirma que las compañías no pueden centrarse en todos los aspectos a los que pudiera afectar en su actividad productiva, pero sí que pueden identificar aquellas áreas sociales o medioambientales que poseen mayor valor estratégico centrándose en ellas. Para los autores es mejor que se lleven a cabo un número limitado de acciones concretas, con mayor valor añadido tanto para la organización como para la sociedad, de esta manera concentrando esfuerzos en estas áreas concretas el desempeño será mayor que si este se difumina en un gran número de acciones variadas.

Unido a las ideas de adaptar la responsabilidad de la empresa al caso concreto de cada empresa, así como a la idea de concentrar esfuerzos en acciones consideradas estratégicas o de mayor importancia y repercusión, hay que considerar como afirman Nash (1983) y Castillo (1986) que deben existir dos límites que hay que considerar a la hora de definir las responsabilidades que debe tomar la empresa:

- Por un lado debe existir un límite mínimo de responsabilidad, donde se tenga en cuenta simplemente la legislación vigente, así como los usos y costumbres.
- El límite superior es aquel en el cual la puesta en práctica de medidas de responsabilidad por parte de la empresa suponga una pérdida de competitividad y ponga en riesgo su existencia.

Esto quiere decir que la responsabilidad de la empresa debe cumplir unos requisitos mínimos de obligado cumplimiento y que a partir de ahí el resto queda a libre elección de la empresa. Otra afirmación que se puede obtener acerca de la responsabilidad es la compatibilidad con la rentabilidad de la empresa. En la visión estratégica de la empresa con tres objetivos distintos (económico, social y medioambiental), debe existir un equilibrio entre ellos que permita que la asunción de medidas de carácter social y medioambiental tengan una repercusión positiva en el beneficio económico. Esto nos lleva a plantearnos que la RSC debe consistir en un intercambio de beneficios mutuos entre la empresa y la sociedad.

El fin último será alcanzar el equilibrio entre la RSC y los resultados económicos necesarios para que la empresa pueda seguir siendo competitiva y subsista. Las empresas deben ver la RSC no como una amenaza que coarta su libertad económica sino como un elemento generador de valor e instrumento de diferenciación y competitividad.

### G. Teoría funcional

El modelo funcional intermedio, entre el modelo clásico y el socioeconómico, asocia de forma positiva la RSC y el rendimiento financiero de las empresas, pero lo hace de modo distinto a como lo hace la teoría *stakeholders*. Para los que defienden esta teoría (Ullmann 1985, y Waddock y Graves 1997), lo primero es la obtención de unos beneficios económicos y dependiendo de si se consiguen o no, destinar parte de los mismos a compromisos sociales y éticos.

Tabla 6. Marco teórico RSC.

Teoría	Características	Autores
Clásica, <i>shareholders</i>	La responsabilidad se limita a maximizar los resultados financieros para sus propietarios o accionistas. Su actividad económica contribuye a la sociedad mediante la creación de riqueza.	Levitt (1958); Friedman (1962, 1970); Chamberlain (1973).
Socioeconómica, <i>stakeholders</i>	La responsabilidad de la empresa se basa en una triple perspectiva: económica, social y medioambiental.	Carroll (1989, 1991); Freeman (1984); Castillo (1986); Lozano (1999); Argandoña (2000); Porter y Kramer (2002); Déniz y Saá (2003); Cuesta (2004, 2006).

Teoría de la legitimación	Las empresas deben de ganarse y mantener la aprobación del entorno donde desarrollan su actividad	Carroll (1989); Donaldson (1992); Sulbarán (1992); Fraedrich y Ferrell (2000); Nascimento (2001); Valor y Cuesta (2003) y Guthrie <i>et al.</i> (2004).
Funcional	Las acciones de responsabilidad están supeditadas a la obtención de beneficios.	Ullmann (1985); Waddock y Graves (1997)

Fuente: elaboración propia.

En referencia a nuestro objetivo de estudio, de entre todas las aproximaciones teorías planteadas para justificar la importancia que tiene para la empresa la revelación de información, la teoría *Stakeholder* y la teoría de la Legitimación son las que ofrecen una justificación más completa además de ser las más conocidas y empleadas.

### 3. CONCEPCIÓN MODERNA DE LA RSC

En la visión actual que se tiene de lo que debe englobar la RSC, destacan dos conceptos que se encuentran íntimamente ligados a aquél: la responsabilidad como elemento de la estrategia empresarial y la transparencia o rendición de cuentas de las actuaciones puestas en marcha.

#### **3.1. RSC como elemento estratégico de la gestión empresarial**

El concepto actual de responsabilidad corporativa se encuentra unido al de gestión estratégica, concibiéndose como un elemento estructural de la empresa que tiene como objetivo, obtener ventajas competitivas duraderas y estables en el tiempo frente a sus competidores, a través de la “estrategia social corporativa” (Husted y Allen, 2001). De esta manera, se argumenta que los gestores de las entidades pueden añadir valor a la empresa si se tienen en cuenta los efectos sociales y económicos en el



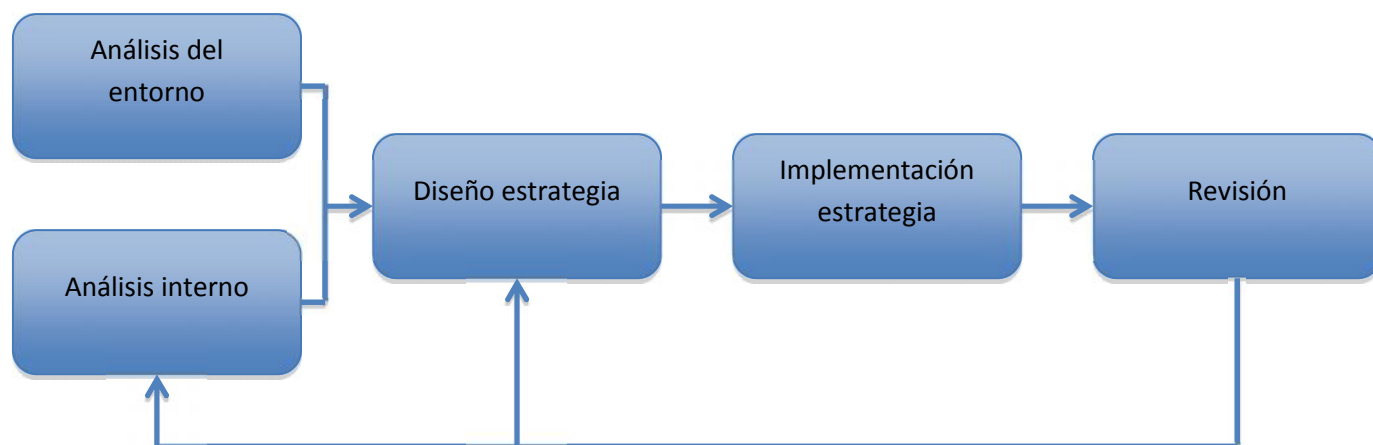
momento de tomar decisiones de una operación empresarial (Freeman, 1984). Esta teoría proclama que se puede estimular mejor la viabilidad a largo plazo de la empresa equilibrando las necesidades de sus *stakeholders* con los requisitos y exigencias financieras de sostenimiento y crecimiento del negocio. Informar sobre la actividad de la empresa en esta esfera es por tanto un medio de proveer a los accionistas y otros grupos de interés una contabilización de los impactos de la empresa en la sociedad. Esta transparencia añadida puede conducir a una mayor rendición de cuentas de la empresa a sus principales *stakeholders*. Entre las principales características de la RSC como parte de la estrategia empresarial se encuentran:

- Es una actividad proactiva y anticipatoria. La entidad debe de tratar de realizar un proceso de elaboración de la estrategia que conlleve desde su planificación a su reelaboración, pasando por la ejecución y control de la misma. Debe servir para anticipar las necesidades y de los grupos de interés.
- La RSC debe integrarse dentro de la estructura de la entidad, en su organigrama, mediante la asignación de sus funciones a un departamento o comité que asuman la responsabilidad de la misma y se garantice una actuación coherente y continuada en el tiempo.
- Las actividades de RSC y los recursos asignados a la misma se deben considerar como un activo intangible de la empresa. Por tanto al igual que el resto de intangibles, la RSC se debe orientar a la consecución de ventajas competitivas (Husted y Allen, 2001). Los intangibles además, son considerados como los elementos que garantizan el éxito de la organización del siglo XXI (García, 2008, en informe del Pacto Mundial, Recursos intangibles y RSC).
- Necesidad de exteriorizar y hacer públicas las actuaciones de RSC y de los resultados logrados.

Diversos autores entre los que destacan Burke y Logsdon (1996), Epstein y Roy (2001), Colle y Gonella (2002) y Dentchev (2004) desarrollan y definen un modelo estratégico que incorpora la RSC en las empresas basado en cinco puntos:

- **Análisis del entorno:** la preocupación por el entorno no debe basarse simplemente en el cumplimiento de requisitos legales sino que además debe cumplir las expectativas de los grupos de interés. Esta nueva visión de la empresa se basa en la necesidad de adaptación a las necesidades e intereses que se manifiestan en el entorno socioeconómico y, en consecuencia, la estrategia de la empresa debe amoldarse a las necesidades de la sociedad, pues de ello depende la obtención de ventajas competitivas y en definitiva que se consiga la supervivencia de la empresa. Según Cuesta (2003: p.18), “para que la empresa crezca a largo plazo es imprescindible que sustente sus procesos y productos en unos estándares éticos que integre en su gestión, y que trate de dar respuesta a las demandas de los agentes sociales a los que afecta”.
- **Análisis interno:** Se refiere a la manera en que la empresa implementa la RSC en sus relaciones laborales y establece políticas de diálogo con los grupos de interés internos.
- **Objetivo y planteamiento de la estrategia:** Una vez concluido el análisis, tanto interno como externo de los stakeholders, la empresa define su misión estratégica y la plasma en un documento por escrito y a largo plazo.
- **Implementación de la estrategia:** Una vez formulada la estrategia solo falta su puesta en práctica plasmándose lo propuesto en acciones concretas. Llegados a este punto se hace necesario auditar y evaluar las políticas de RSC implementadas a través de indicadores de fácil comparación, como pueden ser los indicadores propuestos por el Global Reporting Initiative (GRI).
- **Revisión periódica:** La última fase se centra en evaluar si las medidas de RSC han servido a mejorar la competitividad de la empresa.

Figura 2. Fases de la implementación de la estrategia de RSC.



Fuente: elaboración propia.

### 3.2. Revelación de información

A principios del siglo XXI, el fracaso de la autorregulación de las propias entidades en materia de sostenibilidad y gobierno corporativo, evidenciado por diversos escándalos<sup>12</sup>, provoca que el concepto de RS evolucionara a lo que se viene a definir como la rendición de cuentas a la sociedad (*accountability*) o control social de la empresa (Ladrech, 1999). De esta forma se dota a la sociedad y a la empresa de una herramienta común de medición de la actividad de las entidades, con el fin de que la sociedad pueda ser capaz de medir y comparar, y en su caso sancionar, la actividad social de aquéllas. En este sentido, siguiendo a Valor y Cuesta (2005), han ido surgiendo enfoques regulatorios alternativos; estos fijan la atención en la co-regulación o regulación “suave”. Estas iniciativas, articulan la participación de la propia empresa, gobiernos y organizaciones de tipo multilateral, a través de iniciativas multi-agente encauzadas a través de estándares y normas internacionales, *reporting*, auditoría y certificación.

---

<sup>12</sup> Casos graves fueron los de las empresas Enron ó Parmalat en las que no se advirtieron los graves riesgos económicos que finalmente se manifestaron en dos de las mayores quiebras empresariales en los últimos años.

#### 4. CAUSAS DEL AUMENTO RSC EN LA EMPRESA

Las causas que hoy obligan a las empresas a preocuparse por la dimensión social de sus actividades son variadas.

Como indica Sánchez-Gutián (2011) la RSC ha sido impulsada por varios resortes. Por un lado, en el ámbito anglosajón, donde se puede considerar que surgieron las primeras políticas en este ámbito, fue la demanda de los grupos de interés y más concretamente de los clientes, los accionistas y la sociedad en general, la que impulsó la inclusión de consideraciones éticas, medioambientales y de transparencia informativa en las empresas. En España, sin embargo, donde las exigencias de los grupos de interés fueron en su origen menores, ha sido la propia competencia entre las empresas la que ha servido de resorte para el desarrollo de políticas de RSC. Por lo tanto encontramos que los dos motivos fundamentales que acompañan desde sus orígenes la razón de ser de la RSC son, por un lado, la exigencia de un mayor nivel de transparencia por parte aquellos grupos de interés en contacto más directo con la empresa y por otro lado el uso de la RSC como fuente de ventaja competitiva a largo plazo.

Villar (2006) por su parte, resume las razones que llevan a la empresa a implantar medidas de RSC en torno a una doble necesidad, por una lado estaría la necesidad de responde a los nuevos requerimientos internos de las compañías, y, en segundo lugar, es consecuencia de un nuevo posicionamiento de las empresas en la sociedad.

Entre los requerimientos internos, se evidencia un antes y un después en el planteamiento de los objetivos empresariales:

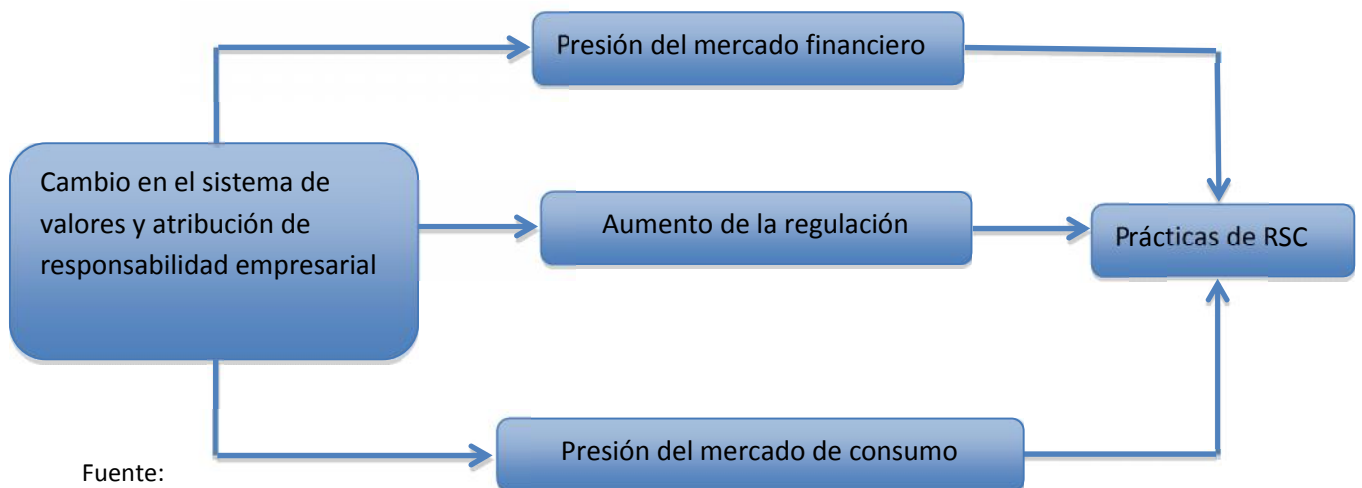
- Satisfacción del cliente → Satisfacción de los grupos de interés
- Aumento del negocio → Crecer sosteniblemente
- Incremento de las ganancias → Creación de valor a largo plazo

En cuanto a la posición de la empresa en la sociedad, en la actualidad ha cambiado ya que estas trabajan en entornos más informados, más complejos y más exigentes. Por

lo tanto la función de la empresa es de mayor relevancia y protagonismo. Las empresas son determinantes en el bienestar y desarrollo de la sociedad. Por tanto las empresas deben asumir una actitud más proactiva.

Para Nieto y Fernández (2004) los factores que explican el incremento de las prácticas de RSC a lo largo del tiempo vienen motivadas por cambios en el sistema de valores que se traduce en la atribución de responsabilidad a la actividad de la empresa. Según estos autores este cambio de valores se instrumentaliza a través de tres vías: el aumento de la regulación, la presión de los consumidores (mercados de consumo) y los mercados financieros (performance financiera).

Figura 3. Factores que favorecen la difusión de las prácticas de RSC



Fuente:

Nieto y Fernández (2004).

- Los cambios en el sistema de valores han sido especialmente significativos en los países desarrollados (mayor preocupación por el deterioro ambiental, por las prácticas laborales discriminatorias, respeto de los derechos humanos, etc. En este sentido la actitud ante actividades contrarias a la RSC como por ejemplo operar en paraísos fiscales, financiación del comercio de armas, blanqueo de dinero, etc., ocasiona, por parte de la sociedad y de los clientes en particular, una reacción que puede convertirse en una actitud de castigo hacia la entidad que puede venir expresada a través del cambio de entidad, la

expresión de queja a través de alguna queja o protesta, así como el cambio de opinión sobre la entidad.

- Las regulaciones han venido de muy diversas fuentes gubernamentales (ONU, OCDE, UE, etc.) y gubernamentales exigiendo a todos los agentes económicos un respeto a unas normas de variada índole que buscan el bienestar general.
- Los mercados de consumo hoy van paulatinamente cambiando de forma y en él, un número creciente de consumidores eligen un consumo responsable buscando productos ecológicos o productos de acuerdo a criterios RSC (comercio justo, bajo empleo de recursos no renovables, condiciones laborales justas, etc.).
- La presión de los mercados financieros es el cambio más reciente. En los mercados de dinero está creciendo el grupo de inversores que demandan la ISR, es decir fondos y empresas que desarrollan buenas prácticas de RSC.

##### 5. VENTAJAS QUE APORTA LA RSC

Tras un recorrido a través del concepto y las teorías sobre RSC, llegamos a la conclusión de que esta debe llevar implícita en su concepción la idea del beneficio mutuo, tanto para la sociedad en su conjunto como para la empresa en particular. Al integrar los objetivos sociales y medioambientales en la estrategia de la empresa asumimos que la consecución de los objetivos en estas áreas supone un cumplimiento de los objetivos de la empresa en su conjunto. En palabras de García-Lombardía (2007), el reto es aumentar los beneficios de la empresa y la satisfacción de todos los grupos de interés, y ello se consigue a través de una gestión responsable de los recursos, para lo cual la RSC debe estar inmersa en la gestión estratégica de la empresa. La toma en consideración de las expectativas e intereses de los diferentes grupos de interés dentro de la toma de decisiones de la empresa y de la estrategia de la misma, no va a suponer renunciar a los objetivos tradicionales de la empresa sino que más bien va a ayudar a esta a mejorar su capacidad de generación de riqueza a

largo plazo y la obtención de ventajas competitivas. De este modo, La RSC debe ser implementada dentro de la estrategia empresarial, sin perder de vista, que se debe entender a aquélla como una manera de ganar en competitividad y rentabilidad. Así, siempre y cuando la compañía tenga en consideración y satisfaga las necesidades y expectativas de los agentes de su entorno conseguirá reforzar el nivel de competitividad y la reputación corporativa.

La RSC, entendida como un elemento estructural de la empresa, según Husted y Allen (2001), tiene que perseguir la obtención de ventajas competitivas valiosas y difícilmente imitables por sus competidores. Estas suponen una mejor imagen de marca y una mejora de los objetivos financieros e igualmente una mejor satisfacción de los distintos grupos de interés y de la propia colectividad. Siguiendo este razonamiento diversos autores (p.e. Parés i Maicas, 1991 y 1994; Carroll, 1996; Lipovetzky, 1997 y Buckley, 2000) han postulado que la aplicación de la RSC implica unas consecuencias muy positivas para las entidades, que se resumen a continuación:

Tabla 7. Consecuencias de la inversión en RSC entre diversos *stakeholders*

Clientes	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Incremento en ventas</li> <li>- Aumento de la notoriedad y simpatía hacia la entidad</li> <li>- Diversifica e intensifica la comunicación externa de la empresa</li> <li>- Construcción de imagen de marca</li> <li>- Posicionamiento social</li> </ul>
Empleados	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Incrementa la motivación y el compromiso de los trabajadores</li> <li>- Mejora la comunicación interna</li> <li>- Construye cultura</li> <li>- Aumenta el sentido de pertenencia (integra y estimula al personal)</li> <li>- Genera creatividad en la empresa</li> </ul>
Otros <i>stakeholders</i>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Crea y comunica legitimidad</li> <li>- Crea un clima de confianza</li> <li>- Refuerza y crea un clima social de valoración de la solidaridad</li> <li>- Integración en la comunidad</li> </ul>

Fuente: Valor, 2001.

Son varias las razones que justifican que la adopción de la filosofía de RSC como herramienta empleada para alterar el contexto competitivo por parte de la empresa, generando ventajas a esta frente a otras compañías que no las aplican a su estrategia. Los ámbitos donde se alcanzan estas ventajas son diversos destacando a continuación algunos de los más importantes:

- Mejor adaptación a las necesidades de los consumidores:

El cambio en las preferencias de los consumidores; empiezan a preocuparse cada vez más por temas sociales, medioambientales o de tipo ético que luego incorporan a los procesos de selección de productos y marcas, y puede suponer un incentivo para la adopción de la responsabilidad social por parte de las empresas. La RSC puede ser un medio para influir en los cambios de las preferencias de los consumidores. Para Burke y Logsdon, (1996); Epstein y Roy, (2001); Porter y Kramer, (2002) los aspectos sociales en esta teoría llegan a ser tan decisivos que deben ser incluidos en el proceso estratégico de la empresa, ya que por ejemplo los consumidores prefieren comprar productos e invertir su dinero en empresas socialmente responsables (Gildia, 1995), siendo la RSC considerada como una ventaja competitiva (Morris, 1997; Russo y Fouts, 1997; Deniz y Saá, 2003).

- Mejora de la gestión de los recursos humanos:

La gestión del personal a través de esta óptica empresarial consigue la creación de un mejor clima laboral, así como una captación y retención del talento. Las corporaciones con mejor gestión de sus empleados consiguen que el nivel de satisfacción de estos aumente, mejorando su rendimiento y fidelidad a la compañía. Aunque por lo general no existen muchos estudios realizados sobre el efecto que la RSC puede tener sobre los empleados, por lo general según Williams y Barrett (2000), las empresas que ostentan una buena reputación se refuerza la moral de los empleados y la productividad. Por lo tanto, siguiendo a Fombrum *et al.* (2000), la inversión en RSC ayuda a crear un ambiente con el que se identifiquen los empleados; si además de ello se es sensible a sus valores, a su sentido de la justicia, de la igualdad, de la ética y de la apreciación, entonces, los empleados ayudarán a la empresa a tener éxito.



- Mayor credibilidad:

Políticamente la empresa obtendrá un mayor apoyo y comprensión así como una mejora de sus relaciones institucionales.

- Mejora de la imagen corporativa e imagen de marca:

Una actitud responsable ayuda a crear una buena opinión entre los consumidores acerca de nuestros productos, consiguiendo que la empresa sea referencia para ellos a la hora de tomar sus decisiones de compra situándonos en el primer puesto de sus preferencias, así como estableciendo unas relaciones estables basadas en la fidelidad.

- Mejora tecnológica:

Las exigencias sociales y medioambientales llevan a la empresa a implementar procesos internos más eficientes, reduciendo costes y aumentando el rendimiento.

Por lo tanto la RSC no se debe quedar en el cumplimiento de objetivos puramente económicos a corto plazo sino que supone un planteamiento estratégico que afecta a la toma de decisiones y a las operaciones de toda la organización, creando valor a largo plazo y contribuyendo significativamente a la obtención de ventajas competitivas duraderas.

## 6. LA RSC EN EL SECTOR FINANCIERO: INSTITUCIONES FINANCIERAS ESPAÑOLAS Y SU RESPONSABILIDAD

### 6.1. Responsabilidad social de las EE.FF

La crisis financiera internacional ha puesto de manifiesto, si no lo había hecho ya, la importancia y poder que el sistema financiero tiene en el conjunto de la economía para su progreso y desarrollo. Esta situación, lleva implícita una advertencia sobre la necesidad de replantear la forma en la que la industria financiera lleva a cabo su actividad. En este sentido la incorporación de criterios éticos, así como una mayor regulación y rendición de cuentas a su entorno parecen más necesarias que nunca. Dichos objetivos pueden ser obtenidos mediante una apertura al exterior por parte de la actividad de la empresa haciendo partícipe a la sociedad de su actividad; una de las vías para lograrlo es mediante la mejora de la transparencia informativa mediante, la cual se articula a través de sus memorias anuales y en especial a través de las cada vez más empleadas memorias de sostenibilidad o RSC. De este modo y siguiendo a Decker (2004) el impacto de la RSC como elemento de cambio estructural en el comportamiento de las empresas y las tendencias de evolución en el sector de la banca minorista pueden ser analizados con la ayuda de la teoría de la legitimación y *stakeholder*. Por lo tanto se hace necesario que, en la medida de lo posible, las EE.FF. traten de rendir cuentas sobre sus actividades, ya que ello garantizará un mejor control de sus actividades, tan directamente relacionadas con el devenir para el conjunto de la economía global.

El sector financiero tiene un importante peso y protagonismo que ejerce de manera global, mediante su papel de intermediario financiero, sobre el resto de la sociedad a través de sus conexiones e interdependencias con el sistema económico. Las instituciones financieras se constituyen de este modo en importantes agentes de cambio, dinamizando la economía de la zona en que operan. Su gran capacidad para influenciar en el desarrollo social y económico definiendo quién accede al crédito y qué actividades se financian, les confiere una gran responsabilidad social (CECA, 2008). Esto lleva a valorar en un primer término la importancia del sector para el resto del

tejido social y económico y que en definitiva va a ayudar a justificar su papel social; en un segundo apartado se contraponen las diferentes posturas acerca de lo que se debe de entender por RS y su alcance dentro de las finanzas; una vez vistas y analizadas las diferentes posturas se pasa a realizar una delimitación y clasificación de diferentes tipos de responsabilidades atendiendo a varios criterios; y finalmente se hace hincapié en las principales responsabilidades a las que el sector tendría que hacer frente.

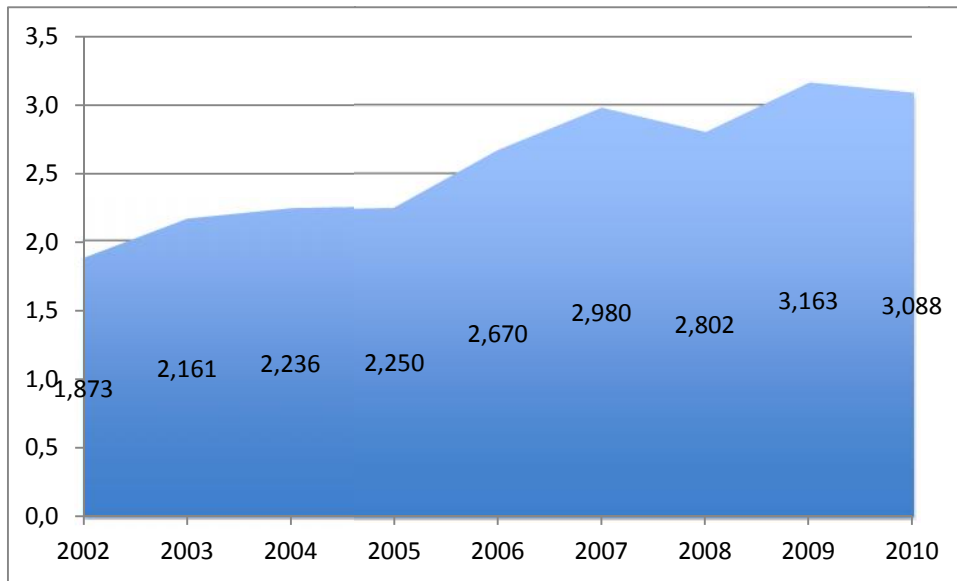
## **6.2. Justificación del papel social del sistema financiero y de las EE.FF.**

La responsabilidad atribuible al sector financiero se puede explicar por un doble motivo: en primer lugar, se puede hablar de una imputación de responsabilidad “generalista” u objetiva debida básicamente a su peso relativo en el conjunto de la actividad económica (la cual no presentan otros sectores económicos), en virtud de aquélla se le puede reprochar cualquier actividad que pueda conllevar un impacto negativo, convirtiéndose en un factor de riesgo sistémico sobre el resto del sector, la economía y la sociedad en general<sup>13</sup>. En el caso concreto del sector financiero español, como se puede observar en el gráfico 1, en el período (2002-2010), el sector financiero, medido por total de volumen de activos en relación al PIB nacional, pasó de representar 1,873 veces el PIB al inicio de la serie, hasta llegar casi a duplicar dicha cantidad, llegando a representar 3,163 veces el PIB en el año 2009 en plena crisis económica.

---

<sup>13</sup> Casos concretos se pueden encontrar en la actualidad más cercana: rescate para la recapitalización más de la banca española a lo largo de 2012, o más recientemente, la crisis financiera chipriota que causó la inmoviliación de los movimientos de capital en el país.

Gráfico 1. Evolución del peso del sector bancario en España sobre el PIB.



Fuente: BdE <http://www.bde.es/webbde/es/estadis/infoest/bolest.html> y FMI <http://www.imf.org/external/>

Por otra parte, se le puede atribuir al sector una responsabilidad “específica” debida a la naturaleza de la actividad realizada. Por esta razón, la responsabilidad social primordial de una institución financiera es la de proporcionar servicios de intermediación que faciliten el flujo del ahorro hacia la inversión (Argandoña, 1995; Merton y Bodie, 1995; Hogan y Sharpe, 1997; Cuesta, 2004; Haig y Hazleton, 2004; Scholtens, 2006 y 2009 y Prior y Argandoña, 2009).

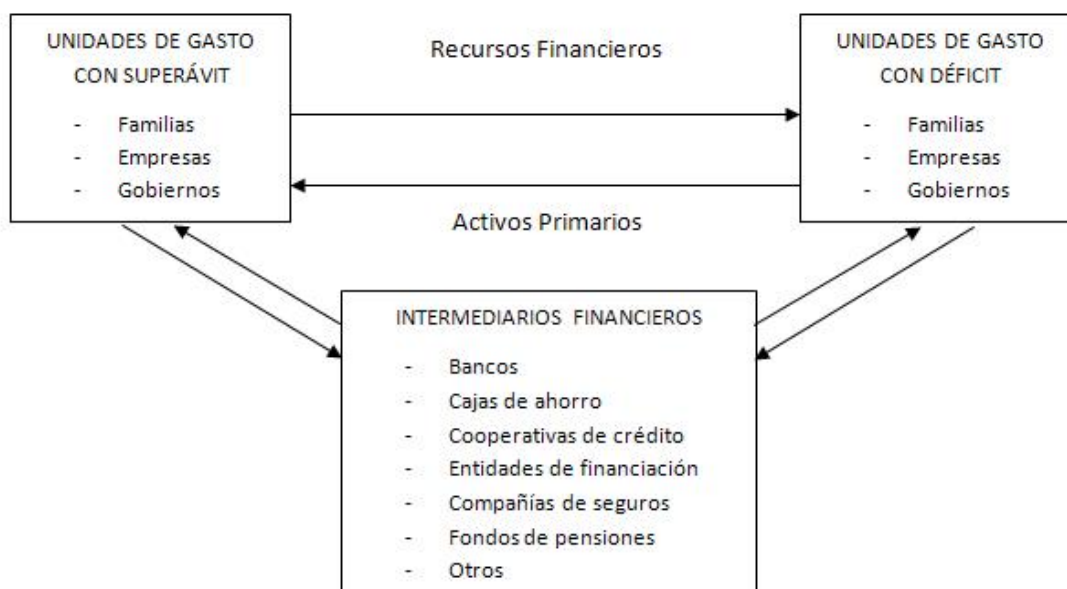
En ausencia de actividad financiera, los agentes económicos que se encontraran en situación deficitaria verían reducidas sus posibilidades de elección, mientras que aquéllos que se encontraran en situación excedentaria mantendrían recursos ociosos. En ambos contextos, el bienestar de los agentes económicos estaría por debajo del nivel óptimo y deseado, y lo mismo le ocurriría al bienestar de la sociedad en su conjunto. La banca con su actividad intermediadora puede tener un impacto permanente a través de su efecto sobre la productividad y puede mejorar la eficiencia de las inversiones.

La habilidad de los intermediarios para distribuir riesgo entre varios proyectos de inversión favorece más el crecimiento.

Por tanto, la financiación del proceso de capitalización es un asunto fundamental ya que condiciona el crecimiento sostenido de la economía.

El sistema financiero es el encargado de canalizar el ahorro hacia la inversión poniendo en relación numerosos *stakeholders* (figura 4). El sistema financiero debe desarrollarse a la vez que lo hace el resto de la economía. De este modo, el sistema financiero dinamizará el proceso de crecimiento. Como indica Parejo (1987), la ventaja de esta función de transformación es la de captar unos fondos que no serían utilizados, a menos que unas instituciones los tomasen como depósitos, previo pago de un interés, a fin de que estas mismas instituciones puedan prestarlos a su vez, cobrando otro tanto. Todos los fondos recogidos en el corto plazo y su capacidad potencial y real de ser prestados en el medio y largo plazo cumplen una labor fundamental, la de propiciar la inversión y con ella el crecimiento económico.

Figura 4. Relaciones y *stakeholders* que participan en el sistema financiero.



Fuente: Parejo, (1987).

En caso de que esto último no fuera así podrían por un lado desaprovecharse proyectos de inversión o por otra parte realizarse inadecuadas valoraciones de riesgo. De esta manera, cuanto mayor sea la penetración financiera del ahorro, es decir, su

canalización a través de mercados e instituciones, mejor será la asignación de recursos a los proyectos mejores de inversión.

Por lo tanto, los intermediarios financieros son una pieza básica en el proceso de desarrollo de la economía real y tienen una gran influencia en la orientación del mismo porque deciden quién accede al capital, a qué precio, con qué nivel de riesgo y qué condiciones, determinando de manera muy importante qué actividades se financian. Su responsabilidad en el desarrollo y en la lucha contra la pobreza y las desigualdades sociales es importante. Es por ello que una actitud responsable por parte de las entidades requiere no solo de una gestión adecuada de los riesgos financieros en los que incurre en sus negocios, sino que además se le exige que ofrezcan productos y servicios que contribuyan a un desarrollo más sostenible mediante el apoyo a proyectos nuevos, creando empleo, implantando nuevas tecnologías y mejorando la formación de los trabajadores locales. Así, las entidades de crédito gestionan riesgos no solo económicos sino también sociales y medioambientales y además deben responder al reclamo de una sociedad cada vez más preocupada por el destino de su ahorro (Cuesta, 2006). Así lo confirman Ortiz y Cordero, 2007, según los cuales, aunque el sector financiero ha sido tradicionalmente objeto de fuertes críticas por su falta de compromiso con el desarrollo social y el enfoque centrado en la obtención de beneficios, lo cierto es que en su actividad tiene un impacto social de gran magnitud, pues los bancos hacen posible la canalización de los recursos económicos hacia las actividades más productivas, lo que permite a su vez generar mayores niveles de productividad, empleo, crecimiento económico y bienestar social.

A modo de resumen se presentan las funciones básicas desempeñadas por la banca. La RSC dentro del sector bancario se proyecta sobre dichas funciones.

- La canalización del ahorro hacia las actividades de inversión o consumo en el mismo espacio en que captan préstamos y créditos.
- Traspase espacial del ahorro hacia inversiones en otras zonas distintas. Se dirige normalmente desde países de elevada capacidad de ahorro hacia países con menor nivel de desarrollo.

- Transformación de plazos de los capitales (de corto a largo plazo o a la inversa, cumpliendo determinadas condiciones o con ciertas restricciones).
- Creación de dinero (aumento de la oferta monetaria) a través del multiplicador de crédito.
- Evaluación de los riesgos de la financiación de inversores para determinar si se pueden atender las solicitudes, o bien para fijar las condiciones económicas de las solicitudes aceptadas (plazo, coste de intereses y comisiones, garantías) según su grado de riesgo.
- Prestación de diversos servicios específicos (depósitos de títulos, fianzas y avales, transferencias, domicilio de pagos, domiciliación de nóminas y otros cobros y pagos).

### **6.3. Posturas sobre el papel social de las EE.FF.**

En un primer momento importantes economistas (Levitt, 1958; Friedman<sup>14</sup>, 1962 y 1970 y Chamberlain, 1973), abogaban por la obtención de beneficios para sus propietarios como única responsabilidad de la empresa. Justifican esta postura en la economía libre de mercado, la RSC en este contexto económico queda limitada a realizar actividades productivas conducentes a obtener el máximo beneficio posible cumpliendo con la legislación vigente. Un banco de manera individual no debería tomar decisiones que disminuyeran su competitividad a largo plazo a favor de objetivos de tipo social. Esa debe de ser una decisión que debe tomarse por el conjunto de toda la sociedad a través de cauces democráticos correspondientes (Friedman, 1971). Es decir, las iniciativas individuales propias de cada entidad para acometer labores de responsabilidad adicionales a las establecidas por ley no

---

<sup>14</sup> En su obra *Capitalismo y libertad*, Friedman afirma que "... pocas tendencias podrían minar de una forma tan completa los mismos fundamentos de nuestra sociedad libre como el hecho de que los responsables de empresa acepten una responsabilidad social, en vez de intentar obtener los mayores beneficios posibles para sus accionistas".

contribuyen a los objetivos generales de la organización. Más aún, en esta visión limitada de la responsabilidad de la empresa, a asuntos meramente económicos, los aspectos sociales son entendidos como un gasto.

Por tanto, según la teoría tradicional el principal objetivo y responsabilidad que debe perseguir la empresa son los objetivos financieros de los propietarios, ampliándose esta responsabilidad de manera secundaria, como apunta Termes (1995), a prestar un servicio a la comunidad donde se halla ubicada pero limitado a la generación de empleo y riqueza a través de la actividad productiva.

Esta perspectiva clásica de maximización del valor económico para el accionista, está justificada en la racionalidad del sistema económico. Este argumento afirma que si cada agente económico vela por sus intereses particulares obtendrá su óptimo económico y en consecuencia se conseguirá también el de la sociedad en su conjunto. Sin embargo, esta teoría clásica exige de algunas precisiones, ya que según Argandoña y Sarsa (2000), presenta algunos errores.

En primer lugar, para que se alcance el óptimo económico se deben cumplir las condiciones señaladas, que nunca suelen darse en la realidad. La realidad económica y social es demasiado compleja, como para que un modelo económico pueda recoger e interiorizar todas las posibles decisiones de los agentes, y por tanto, no se puede afirmar que la maximización del valor de los accionistas sirva de garantía de eficiencia del sistema, y lo justifique como principio único a seguir por la empresa.

En segundo lugar que la finalidad del sistema sea la eficiencia no lo afirma la ciencia económica, sino que viene dado desde fuera de la misma.

En tercer lugar el concepto de eficiencia se refiere a la utilización de unos recursos para la obtención de unos resultados. En economía se suelen incluir los costes de las materias primas, energía, financieros, laborales, etc. Pero la decisión de incluir determinados costes e ingresos, y no otros – como el deterioro del medioambiente, el estrés de los directivos o la degradación moral de los empleados -, es una decisión macroeconómica. Pero existen otra serie de ingresos y costes que no suelen tenerse



en cuenta en el momento de considerar los resultados económicos. Estas son las externalidades.

En cuarto lugar, la existencia de externalidades (Argandoña, 1995) provoca que el beneficio no se deba tomar como único medidor del rendimiento empresarial. Es necesario que exista un modelo de medición del éxito empresarial que integre elementos más allá de aquellos elementos de la contabilidad tradicional como por ejemplo: servicio a los consumidores, trato justo con los proveedores, salario y trato equitativo entre trabajadores, creación de empleo, etc. Todos estos pueden ser tenidos en cuenta como indicadores que ayuden a medir la riqueza o beneficio a largo plazo generado por la empresa.

Por tanto es necesario que las EE.FF.D. tengan entre sus objetivos aquellos de índole social (Frederick *et al.*, 1992) ya que La conducta social que presenten estas dentro de la sociedad en la que operan va a constituir una parte muy importante de su legitimación frente a la sociedad. Según este planteamiento no se trata de renunciar a la consecución de los objetivos económicos sino más bien, se debería lograr beneficios sociales junto con los tradicionales económicos (Davis, 1973 y Castillo, 1986).

#### **6.4. Dimensiones de la RSC en el ámbito bancario**

Con respecto a este apartado habría que preguntarse en qué consiste la función social de la entidad financiera.

Superado el planteamiento inicial de una responsabilidad limitada al interior de la entidad y de carácter principalmente económico, el ámbito de la responsabilidad social de la entidad se desarrolla en tres áreas principalmente: económica, sociocultural y ambiental (Castillo, 1985; Carroll, 1999 y Boatright, 2002). A partir de esta primera clasificación, se puede encontrar diferentes formas de entender y gestionar el comportamiento social de las EE.FF.; todas ellas con consecuencias positivas para el entorno social, pero de distinto origen intensidad y consistencia. El origen del comportamiento social lo marca la creencia de que la entidad financiera es un ente social y como tal se ha de comportar. Este origen va a influir de manera notable en la intensidad del protagonismo social interno y externo que la empresa desempeña, y en su consistencia y perdurabilidad en el tiempo.

Por tanto, las EE.FF., conociendo cada una de estas áreas, debe de fijar el contenido de su política de responsabilidad social, como resultado de un análisis sistemático de los puntos de cruce de las áreas de actividad de la entidad de crédito y los agente sociales afectados por ella. Este análisis debe ser realizado por cada entidad, no es abstracto (Castillo, 1985). La definición de estas responsabilidades debe hacerse teniendo en cuenta dos límites (Cuesta, 2004):

- Responsabilidad mínima: la observancia de las normas jurídicas más restrictivas. En aspectos donde no existe legislación se atenderá a los usos y costumbres.
- Responsabilidad máxima: cuando la asunción de responsabilidad, pueda suponer la pérdida de competitividad para esa organización, mermando gravemente su rentabilidad y, en última estancia, poniendo en peligro su existencia (Nash, 1983 y Castillo, 1985). Tampoco intervendrá en aquellos aspectos que sean competencia de otros organismos, específicamente designados para tal fin (Humble, 1975 y Drucker, 1988).

En este sentido Porter y Kramer (2003) consideran que existe un espacio de convergencia de intereses entre la filantropía pura y el negocio puro, que en último término puede crear beneficio social y económico. En definitiva, la RSC se enmarca dentro de esta horquilla equilibrando los intereses económicos con los intereses sociales. Esta puede constituir una ventaja competitiva diferencial que cada vez se encuentra más extendida y se percibe, por otra parte, que mantener unas malas prácticas puede dar lugar a importantes perjuicios en actividades empresariales con buena eficiencia económica.

La importancia que tiene el sector bancario en el conjunto de la economía hace que su responsabilidad trascienda de su actividad interna y se centre más en la influencia que ejerce sobre el conjunto de la sociedad de manera indirecta. La mayor importancia del estudio de la responsabilidad social en el caso de la banca estará en su papel indirecto como intermediario y no tanto en el impacto directo de la propia actividad. Por lo tanto, al analizar la RSC en las EE.FF. y, en particular, en las entidades bancarias, se distingue una doble dimensión de sus impactos económicos, sociales y medioambientales (Cuesta, 2004 y Muñoz, *et al.*, 2004):

- Dimensión interna de la RSC: se refiere a los impactos indirectos derivados de su comportamiento con relación a los diferentes grupos de interés, así como también a su compromiso de “acción social” a favor de la colectividad. Se basa en mejorar la actuación de los servicios internos de los bancos, sobre todo en temas de medioambiente, recursos humanos y en las relaciones con otros grupos de interés como accionistas, clientes, proveedores y asociaciones sociales. Esta búsqueda de la responsabilidad ambiental y social en la gestión interna de la entidad se materializa mediante la puesta en marcha de iniciativas ambientales, tales como reciclaje o ahorro energético, e iniciativas socialmente responsables, tales como el patrocinio de actividades culturales, educativas y asistenciales, donaciones caritativas, mejora de los recursos humanos, etc.
- Dimensión externa de la RSC: se refiere a los impactos indirectos de RSC que resultan del papel que desempeñan los bancos al canalizar el ahorro hacia las

actividades de inversión o de consumo. Es decir, se refiere más concretamente a los efectos de RSC que pueden generar las operaciones de financiación que conceden, y los productos de inversión como planes de pensiones o fondos de inversión (a través de instituciones de inversión colectiva) que ofrecen a sus clientes. Esta responsabilidad se aplica mediante la integración de la RSC en el negocio fundamental de las entidades, la intermediación y la inversión en los mercados financieros, incorporando consideraciones ambientales y sociales en el diseño de productos, en la política de crédito e inversión y, en definitiva, en toda la estrategia del negocio así como la asunción de riesgos.

Por lo tanto, en el momento de evaluar la actuación en el ámbito de la RSC de las entidades bancarias habrá que tener en cuenta no solo los aspectos internos de su gestión del negocio, sino que además tendrán que tenerse en cuenta los impactos sociales y medioambientales de las actividades de inversión financiadas.

En cuanto a esto habría que realizar unas aclaraciones:

- Los impactos indirectos que se derivan de las actividades de inversión y financiación son más difíciles de medir.
- Son la parte más importante de la responsabilidad social de una entidad financiera.
- La dimensión externa de la responsabilidad social en el sector no se encuentra muy desarrollada y no presenta mucho protagonismo en las memorias de responsabilidad.

Para Cuesta (2006) existen un conjunto de actuaciones irresponsables en el sector financiero que son necesarias erradicar:

- No correspondencia entre el periodo de amortización, que suele ser corto, y la inversión, que requiere de financiación a largo plazo para conseguir la sostenibilidad.
- Se prima la rentabilidad sobre la sostenibilidad.

- Falta de transparencia con el cliente.
- Segmentación en función del tipo de cliente.
- Cierre de sucursales, que obliga a grupos como la tercera edad a esforzarse en utilizar medios alternativos como cajeros automáticos o internet.
- Escasa canalización de recursos hacia las pymes, al considerarlas como sector de alto riesgo, cuando en Europa y sobre todo en España representan la mayor parte del tejido empresarial existente.
- Cobro de intereses excesivos a personas que se encuentran parcialmente excluidas del sistema general de créditos.
- Se induce al sobreendeudamiento con productos como las tarjetas de crédito o los préstamos de bajo importe, para la obtención de bienes de consumo u ocio.
- Errores de calificación de empresas y gobiernos<sup>15,16</sup>.
- Contribución a crisis económicas<sup>17</sup>.
- Tendencia a la concentración de los servicios financieros en un número limitado de corporaciones. La apertura de mercados y la creciente liberalización en el sector han promovido las fusiones o absorciones creando entidades mucho

---

<sup>15</sup> Casos como el del banco de inversiones Lehman Brothers y sus errores en la calificación de activos financieros puestos al descubierto en septiembre de 2008, se recuerda como uno de los principales hitos que desencadenaron la crisis financiera actual.

<sup>16</sup> La influencia de las calificaciones de agencias de rating, han ocasionado en el último año que países con dificultades financieras, principalmente Grecia hayan sufrido episodios de colapso económico sin precedentes, que corrió el riesgo de extenderse a otros países europeos como Portugal, Irlanda o España, llegando a plantearse la idea de que la continuidad de la zona Euro estaba en peligro.

<sup>17</sup> A todo esto, y a modo de ejemplo en el ámbito de la internacionalización, según Stiglitz (2003) las crisis financieras como el caso de Argentina en 2001 o la inestabilidad macroeconómica de Bolivia ese mismo año fueron causados por la acción irresponsable de la banca extranjera en aquellos países.

más grandes. Las EE.FF. adquieren un papel fundamental en el contexto geopolítico actual. El 40% de las primeras empresas en el ranking mundial son EE.FF.<sup>18</sup>

- Malas prácticas para la prevención del blanqueo de capitales.

### **6.5. Iniciativas de RSC En El ámbito del sector bancario**

Además del conjunto de principios, normas y guías referentes a la actividad de RSC de manera general, existen otra serie de normas aplicables a cada uno de los sectores de actividad de manera específica. Estas van a servir de complemento a las iniciativas generales planteadas, ya que estas últimas carecen de la capacidad para adaptarse a las peculiaridades concretas referentes al funcionamiento y características de cada sector económico.

Por lo tanto esto va a afectar al sector financiero, siendo además muy importante recordar la peculiaridad de los impactos socio-ambientales de su actividad en referencia a los diferentes grupos de interés (empleados, clientes, sociedad, medioambiente, etc.).

Esto hace, por tanto, que los impactos de RSC de las EE.FF. se rijan y sean medidos por principios, normas y guías generales, al igual que por otras, de carácter específico, elaborados y divulgados por aquellos organismos con mayor reputación en la materia. A continuación se describen algunos de los más significativos:

- Declaración de Colivechio sobre las instituciones financieras y la sostenibilidad: Firmada en 2003 por un conjunto de ONG's internacionales, está dirigida a las EE.FF. de todo el mundo. La declaración reconoce el papel que estas entidades pueden desempeñar sobre el desarrollo sostenible.

---

<sup>18</sup> Entre las grandes compañías a nivel mundial se encuentran en el ámbito financiero español Banco Santander y BBVA en los puestos 37 y 149 respectivamente. Fuente: <http://money.cnn.com/magazines/fortune/global500/2010/countries/Spain.html>

La declaración de Collvecchio señala una serie de compromisos concretos que han de exigirse a estas entidades:

- La satisfacción equilibrada de los intereses y aspiraciones de los diferentes grupos de interés.
- Una conducta ética en la gestión de los negocios financieros tomando en cuenta criterios de RSC.
- La defensa de los derechos humanos y una contribución en busca de justicia social.
- Respeto al medioambiente y la conservación de los recursos naturales en las operaciones financieras.

La consecuencia más evidente de esta declaración fue la posterior promulgación de los “Principios de Ecuador” sobre la financiación de los grandes proyectos de inversión. Exige el cumplimiento de determinados criterios de naturaleza social y medioambiental.

- Los Principios de Ecuador: guías para la financiación responsable de grandes proyectos de inversión. Conjunto de compromisos voluntarios que surgen en 2003 a raíz de la iniciativa de un grupo de bancos internacionales y la Corporación Financiera Internacional (IFC), y que fueron revisados y plasmados en la declaración creada en 2006 por la cual las entidades adheridas se comprometen a establecer una serie de preceptos comunes para orientar la financiación de proyectos de inversión, mediante el seguimiento de unos criterios de carácter social y ambiental. Estos principios nacen con el propósito principal de relacionarlos con la gestión sostenible de proyectos de inversión llevados a cabo principalmente en países en desarrollo.
- Principios de Londres para las empresas del sector de servicios financieros ante el desarrollo sostenible: Declaración presentada por el Gobierno británico en la Cumbre Mundial sobre Desarrollo Sostenible de Johannesburgo 2002. Estos

principios ofrecen un conjunto de reglas de comportamiento para las empresas británicas de servicios financieros destinadas a favorecer el desarrollo sostenible. Intentan resumir las mejores prácticas para el sector, incorporar ideas para su innovación futura y proponer mecanismos para su progreso continuo.

- Suplementos de la Global Reporting Initiative para el sector de servicios financieros en la elaboración de informes (anexo 3) Se trata de una serie de adaptaciones sectoriales publicados en 2002, suplemento para el análisis del desempeño social, y 2005, suplemento para el estudio del desempeño medioambiental, basados en los trabajos previos de Spi-Finance en colaboración con el programa medioambiental de la ONU (UNEP) y con el *World Business Council of Sustainable Development (WBCSD)*.

Esta propuesta sectorial del GRI diseña los indicadores de desempeño con respecto a los impactos sociales del sector financiero en las siguientes áreas: Desempeño social interno (familias de los empleados inclusive); la sociedad en general; impactos de los productos y servicios sobre los clientes; proveedores.

- *Transparency International*: Principios de empresa para evitar los sobornos. Iniciativa destinada a prevenir cualquier manifestación de soborno dentro de las empresas en el ejercicio de sus actividades de negocio. La iniciativa quedó plasmada en la declaración aprobada en 2003 con la denominación original de “Business principles for countering bribery”, tratándose de un pronunciamiento de adhesión voluntaria por parte de las empresas. Los contenidos pueden considerarse una referencia valiosa para que las empresas puedan establecer sus propios sistemas de gestión interna para evitar cualquier actividad de corrupción por parte de sus empleados de cualquier categoría o función.
- Declaraciones sobre principios y procedimientos dirigidos a las EE.FF.D. para combatir actividades ilícitas: Conjunto de diversas recomendaciones, medidas y pronunciamientos que tienen como principal objetivo crear y fomentar una actitud de colaboración entre las entidades bancarias y financieras y las



autoridades estatales en la lucha de delitos como blanqueo de capitales o la financiación de grupos terroristas. Estas medidas forman parte de un comportamiento socialmente responsable.

- Principios para la inversión responsable: *UN. Global Compact & UNEP Finance Initiative*. Se trata de un conjunto de iniciativas nacida de la iniciativa del Secretario General de la ONU para la elaboración de unos principios para la Inversión Responsable con el apoyo del Programa de Naciones Unidas para el Medio Ambiente y del Pacto Mundial de las Naciones Unidas (Global Compact), proceso del que surgió la Iniciativa Financiera del Programa de Naciones Unidas (UNEP-FI). Estos principios incorporan en el proceso de gestión, los criterios sociales, medioambientales y de gobierno corporativo necesarios para compatibilizar los retornos de las inversiones a largo plazo con unos mercados financieros más sostenibles. Como continuación de esta iniciativa, en noviembre de 2006 se reúne el grupo de trabajo de gestión de activos de la UNEP-FI para, por ejemplo, estudiar las inversiones socialmente responsables realizadas por las entidades, identificar las barreras para potenciar su crecimiento, y aportar soluciones.
- *Forum for the Future (2002)*, es el encargado de publicar los Principios de Londres para las empresas del sector de servicios financieros ante el desarrollo sostenible. Examina el papel de las instituciones financieras británicas en la promoción de un desarrollo más sostenible. Está compuesto por un total de siete principios en los que se proponen las condiciones del sistema financiero y el rol que deben desempeñar las instituciones de dicho sistema en la financiación del desarrollo sostenible.
- *International Finance Corporation (IFC)*, elabora y publica en 2007 una Guía para la integración de cuestiones sociales y ambientales en la planificación estratégica de las instituciones financieras, como fuente de ventajas competitivas, además de la redacción de un decálogo de buenas prácticas en el sector bancario.

## 7. DIVULGACIÓN DE RSC

Unido al concepto moderno de la RSC, como una de los elementos básicos que la definen, se encuentra la necesidad de dotar a las organizaciones de mayor transparencia informativa. De este modo, la responsabilidad sobre una determinada acción implica que al agente le sea imputada esta, lo que lo obliga a rendir cuentas, no solo ante la empresa misma, sino también ante los demás agentes que se ven afectados por su actividad (Oshana, 1997). Este deber de responsabilidad, al tener un carácter social (se es responsable ante la sociedad); en este mismo sentido se expresan Gray *et al.* (1996), que definen la RSC como el “proceso de comunicación de los efectos sociales y medioambientales de las actividades económicas de las empresas a los grupos de interés y a la sociedad en general”. En consecuencia, se requiere de la sujeción a unos estándares normativos, una evaluación y auditoría externa, e implica deberes de manifestación (*disclosure*) y transparencia informativa.

Como se vio en la teoría de la legitimación, la divulgación de información es un intento de la empresa para justificarse ante un conjunto heterogéneo de grupos de individuos interesados en ella (Patten, 1992; Roberts, 1992; Blackburn *et al.*, 1994; Monena y Llena, 1996). Esta aborda la contabilidad social de las empresas y se centra en una mayor audiencia (*stakeholders*), en contraposición al reporte financiero, el cual está principalmente centrado en las necesidades informativas de los inversores y los acreedores (Smith *et al.*, 2005).

De este modo, las empresas deben funcionar como un sistema abierto de dos direcciones, que cuente por un lado con una recepción de los “inputs” de su entorno y una divulgación de sus operaciones que sea abierta al público (Davis, 1975). Más aún, la divulgación se puede definir como el proceso de rendición de cuentas al exterior (exteriorización) sustentado en indicadores cuantitativos y cualitativos<sup>19</sup> que permiten realizar un seguimiento de las actuaciones de la empresa y su progresión tanto temporal como espacial (Vázquez y Cordero, 2007).

---

<sup>19</sup> Más adelante, en el capítulo “Metodología” los indicadores cuantitativos y cualitativos serán la base sobre la que se asiente el análisis del contenido de las memorias RSC.

El proceso de comunicación de las actividades de responsabilidad de la empresa y de los resultados alcanzados por la misma, es de vital importancia. Si entre los objetivos de la RSC se encuentra el fortalecimiento de la buena imagen hacia los distintos grupos de interés, la actuación desarrollada por la entidad no puede quedar limitada a la planificación, ejecución, control y adaptación de los programas de ámbito social, sino que además debe comunicarse; no basta con hacerlo bien, sino que además es necesario que se sepa. Por tanto la importancia del estudio de la DRSC radica en su finalidad como vehículo de transmisión y divulgación de las actividades de responsabilidad que asume la empresa con su entorno. Para abordar este asunto las investigaciones llevadas a cabo tratan de responder a la siguiente pregunta: ¿Qué actitudes adoptan las entidades sobre la divulgación de información, tanto de forma general como específica? Esta pregunta conducirá a analizar el nivel y calidad de la divulgación.

### **7.1. Marco teórico de la revelación de información de sostenibilidad**

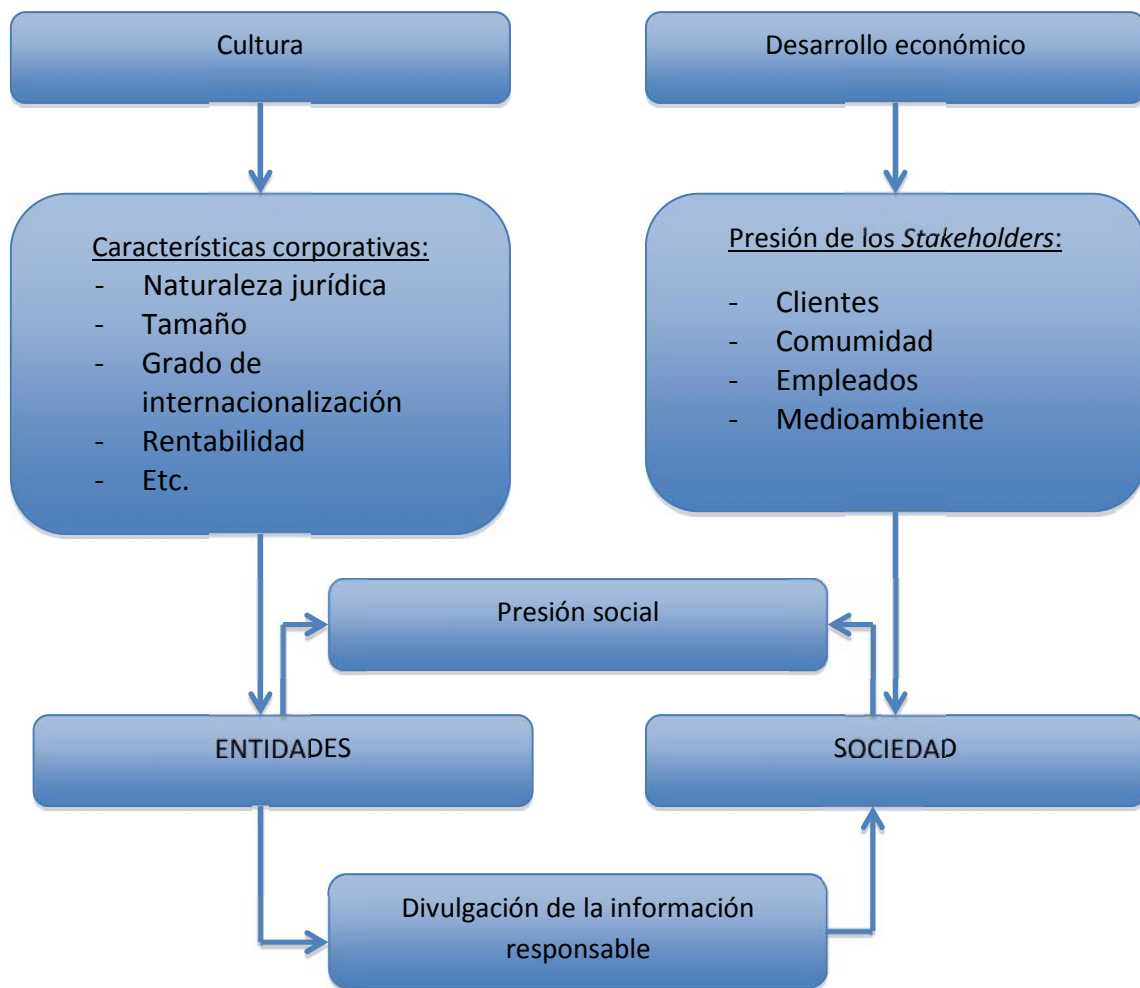
El punto de partida para explicar el concepto de DRSC qué relación existe entre el grado de transparencia informativa (oferta informativa) y la demanda y respuesta por parte de la comunidad en su conjunto.

De acuerdo con la teoría de la política económica en una determinada área economía, mercado o país existe un conjunto de factores implicados en la formación de la conciencia social sobre la importancia de los asuntos sociales y ambientales, a saber: por un lado se encuentra el nivel económico alcanzado; por otro lado se encuentra el nivel y valores culturales de la sociedad. Estos factores se combinan de la siguiente manera: el logro de un elevado desarrollo económico indica que las necesidades básicas de la sociedad quedan cubiertas, lo cual da la oportunidad a los miembros de la sociedad de prestar una mayor atención a asuntos de índole no económica. Los valores culturales van a jugar un papel clave sobre los asuntos que se consideran importantes. Estas dos variables van a interactuar creando una concienciación social que queda reflejada en el surgimiento de distintos “grupos de interés” (*stakeholders*) que ponen

su atención en las responsabilidades sociales y ambientales de las compañías. Las actividades combinadas de estos grupos se combinan para generar una presión social sobre el impacto de las actividades de las empresas sobre el medioambiente y la sociedad en general. En respuesta a esta presión, las entidades llevan a cabo un intento para proveer información sobre cómo de responsables son sus actividades. Así, bajo el marco teórico de la teoría *stakeholder*, en este trabajo se va a tratar de dar respuesta a cuestiones relativas a cómo son las prácticas de divulgación de información sobre empleados, clientes, medioambiente y sociedad en su conjunto, en referencia a las necesidades informativas de estos. De este modo se van a analizar y comparar las prácticas de divulgación a nivel de entidades, en función de sus características y su evolución temporal.

De acuerdo con la teoría de la legitimidad, las entidades responden a la presión social con el objetivo de legitimar sus actividades a fin de continuar operando en el mercado. En este sentido la DRSC forma parte de las estrategias de legitimación. A este respecto se plantea la segunda parte del estudio que trata de averiguar si todas las entidades responden a esta presión en el mismo grado o manera y si existe alguna variable que explique el grado de respuesta ofrecido por la empresa. La respuesta a estas cuestiones se pueden determinar por ciertos factores (p.e. características corporativas, características del gobierno corporativo o grado de internacionalización) que varían entre entidades. Estos factores determinan el nivel de DRSC a nivel de entidades. En consecuencia, teóricamente, si las entidades tienen éxito en la legitimación de sus actividades (ofreciendo una DRSC de alta calidad) deberían ser recompensadas por los diferentes sectores sociales. El marco teórico integrado es representado en forma de diagrama en la figura siguiente:

Figura 5. Marco teórico del modelo de divulgación desarrollado.



Fuente: elaboración propia.

## 7.2. Evolución de la divulgación de RSC

Gray (2001 y 2009) presenta una revisión histórica de la información social y medioambiental revelada a través de informes, lo más destacado de ella es:

- Los años 70 vieron como se extendía el interés en materia de RSC así como los primeros intentos importantes en materia de contabilidad y auditoría social.
- A finales de los años 70 los requerimientos legales en Francia<sup>20</sup> influyeron en la divulgación corporativa en el Reino Unido con el añadido potencial de la RSC sobre El derecho de sociedades en el Reino Unido; sin embargo, en esta etapa la contabilidad social no forma parte de la contabilidad general, y no guarda coherencia ni en la teoría ni en la práctica.
- Durante la década de los 80 la divulgación social salió de la agenda pública, tanto es así que la opinión pública era bastante hostil al concepto durante dicha década y en adelante.
- En los últimos años de la década de los 80 la contabilidad y la auditoría social se convirtieron en el lugar donde se reflejaba la insatisfacción en relación a las preocupaciones ambientales.
- En los años 90 el mayor apoyo ambiental se refiere a los resultados de la agenda ambiental en constante evolución, con menciones a las normas de contabilidad y las áreas de enseñanza de la contabilidad.
- No es hasta mediados de los años 90 cuando se rehabilita la contabilidad de tipo social. Esta resurge en las sociedades sin ánimo de lucro y posteriormente en el sector empresarial.
- A comienzos de siglo la contabilidad social y ambiental se ha convertido casi en una corriente dominante.

---

<sup>20</sup> Bilan Social

### **7.3. La naturaleza de la divulgación de RSC y co-regulación**

La divulgación de la RSC puede ser definida como el suministro de información financiera y no financiera referente a la influencia mutua con el ambiente físico y social como se indica en las memorias anuales y los informes sociales (Hackson y Milne, 1996). La revelación social y ambiental es considerada como información que está relacionada con las actividades de las compañías, aspiraciones e imagen pública en relación con el medioambiente, la comunidad, empleados y cuestiones relacionadas con los clientes (Gray *et al.*, 2001). Haron *et al.* (2004) indica que la divulgación social puede proveer tanto información positiva la cual por ejemplo presenta a la empresa en armonía con su entorno, establecer que la compañía lleva a cabo programas de formación para empleados o que se llevan a cabo políticas de gestión de residuos, o por el contrario, ofrece información negativa que presenta a las actividades de la empresa actuando en detrimento del medio, como por ejemplo incapacidad de controlar o reducir la polución o fracasar al solventar un problema social.

Si bien que la DRSC es una revelación voluntaria en la mayoría de los casos, en opinión de Fukukawa, *et al.* (2007) esta es criticada por tratarse de un intento de manipular la percepción pública lo que lleva al incremento de la revelación de información de forma, si no obligatoria, si regulada y armonizada.

Aaronson y Reeves (2002) afirman que existe presión pública para desarrollar las políticas de RSC derivada de la falta de divulgación de manera voluntaria. Esta presión pública actúa como medio para los gobiernos, así como para otras instituciones, para proveer diferentes mecanismos de acreditación, directrices y estándares para las prácticas de RSC y la publicación de informes. Sin embargo, estos esfuerzos no tratan de hacer obligatoria la revelación de información, pero si busca encontrar el equilibrio por un camino intermedio que permita a las empresas rendir cuentas por sus acciones. Van der Lann (2004) señala una emergente forma de revelación de RSC, la divulgación solicitada, sobre la cual las empresas son cada vez más interrogadas para que consideren su interacción e impactos en la sociedad. Las organizaciones no gubernamentales (ONG's), las agencias reguladoras, los gestores de fondos éticos o socialmente responsables, agencias de rating y otras partes interesadas están

requiriendo información social a las compañías. De este modo, el motivo de la divulgación de información voluntaria responsable viene de los gestores de la compañía, en respuesta a una amenaza a la legitimidad de la compañía o por la necesidad de rendir cuentas, mientras que la motivación de la divulgación de información solicitada es un requerimiento directo de los grupos de interés identificados (Van der Lann, 2004).

#### **7.4. Motivaciones para la Divulgación de la RSC y la necesidad de mayor transparencia informativa**

Diversos estudios han investigado las razones que llevan a las entidades a revelar información de tipo social y ambiental, indicando estas que la divulgación de información RSC se trata de un acto voluntario, Deegan (2002), en su trabajo, afirma que la motivación para ello puede deberse a múltiples factores, entre los que se incluyen:

- La existencia de ventajas empresariales en hacer las cosas de forma correcta, la cual puede ser la motivación principal antes que aceptar cualquier responsabilidad social derivada de la actividad empresarial.
- La atracción de fondos de inversión a nivel internacional, ya que los fondos de inversión éticos se están convirtiendo en parte del mercado de capitales.
- Cumplir con los requisitos de préstamo, ya que las EE.FF. exigen que los prestamistas provean periódicamente de elementos de información acerca de sus políticas sociales y ambientales así como de su desempeño.
- Gestión de las relaciones con los grupos de interés.
- Cumplir con las expectativas sociales; contar con la aprobación de la sociedad depende de proveer cierta información del desempeño social y ambiental.
- Cumplir con determinados códigos de conducta.



- El deseo de cumplir con requisitos legales; sin embargo, este no es el mayor aliciente a causa de la falta de legislación en relación a la divulgación de información responsable.
- Anticiparse a la introducción de más regulaciones sobre revelación.

De este modo siguiendo a autores como Autores como, Clarkson (1995), Huse y Eide (1996), Rowley (1997) y Hart y Sharma (2004), se puede afirmar que si las entidades mantienen informados a los grupos de interés mediante el estrechamiento de las relaciones y el apoyo a estos, va a ser positivo y va a contribuir a la sostenibilidad así como a la generación de ventajas competitivas, contribuyendo a la generación de valor y sostenibilidad (Ruiz *et al.*, 2009), llegando a ser un instrumento de generación de confianza (elemento muy valorado hoy en día por la desconfianza de la sociedad en ciertos sectores económicos, especialmente el financiero), y que sea un elemento que ayude a afrontar y superar la situación de crisis económica. Más aún la falta de satisfacción de las expectativas de la sociedad por parte de las empresas puede lastrar su reputación y su grado de aceptación por parte de la sociedad.

### **7.5. Transparencia informativa a nivel normativo**

La necesidad de dar respuesta a las asimetrías de información, que afectan a la credibilidad y confianza de las entidades y mercados financieros. Esto se ha puesto de manifiesto abiertamente a partir de la crisis económica, la cual ha hecho que se ponga en entredicho el papel jugado por las entidades. Según afirma Seguí (2010), esto muestra la falta de estándares de divulgación de información más estrictos, que informen más allá de lo estrictamente financiero y refleje la labor de completa de las entidades en la sociedad.

La importancia de dotar de una mayor divulgación a las actividades del sector financiero se pone de manifiesto en el elevado volumen de iniciativas aprobadas en el ámbito normativo para fomentar la transparencia, entre las más importantes se pueden citar:

- Código Olivenza (1998).
- Código Aldama (2003): Articulado a través de la Ley 44/2002 y desarrollado por la orden de 26 de diciembre de 2003, establece unos contenidos básicos que debe reunir el informe de una sociedad cotizada.
- Código de Buen Gobierno Corporativo sugerido promovido por la CNMV (2006).
- Ley 47/2007 relativa a los Mercados de Instrumentos Financieros (MiFID).
- Real decreto 216/2008 de Recursos Propios de las Entidades Financieras (Basilea II, Pilar III).
- Real Decreto 1/2010 de Sociedades de Capital: pone de manifiesto la necesidad de asegurar el principio de transparencia con el fin de garantizar el buen funcionamiento de los mercados y la protección de inversores.
- Ley 2/2011 de Economía Sostenible: Abarca asuntos como la necesidad de informar a los clientes sobre productos y servicios bancarios, protección de datos bancarios, información sobre retribuciones del consejo de administración, control de los riesgos de crédito, etc.

#### **7.6. Revelación de información de responsabilidad Social: medios de comunicación y presentación de informes**

Con el objetivo de exteriorizar y comunicar las actuaciones de RSC las entidades pueden hacer uso de los siguientes medios:

Las EE.FF. al igual que cualquier otra empresa cuentan con dos maneras principales para informar sobre sus actuaciones de RSC (Cea, 2010). En primer lugar, a través de los mecanismos tradicionales como pueden ser la participación de responsables de RSC en actos académicos; participación del personal de la organización en grupos de trabajo de organismos que se ocupen de estas materias (observatorios RSC, etc.); o a través de medios publicitarios que consigan que el público conozca el patrocinio

financiero de diversas actividades y eventos (acción social, científico-técnica, cultural o deportiva). Por otro lado, como herramienta de comunicación, estaría la presentación de la información a través de un informe, ya sea específico<sup>21</sup>, separado de las memorias financieras anuales presentadas (empieza a ser una tendencia mayoritaria entre las grandes entidades), o como un apartado independiente dentro del informe financiero anual.

De este modo, y a pesar de que en España, al igual de lo que pasa en el entorno europeo (Illia *et al.*, 2010) la comunicación de RSC mediante el informe social todavía no es una práctica institucionalizada, el Informe anual de responsabilidad corporativa se convierte en los últimos años en uno de los principales instrumentos de comunicación, debido principalmente a la aplicación de estándares, métodos de verificación, certificación y aseguramiento que respaldan la veracidad y la relevancia de la comunicación. Es más, el uso de memorias des sostenibilidad específicas como instrumentos escritos y especializados para difundir información sobre RSC mejora el grado de transparencia informativa que mediante el uso de instrumentos genéricos, como los informes anuales.

Como se ha visto previamente, el reporte social se presenta como el medio para dar a conocer el compromiso de la empresa con la sociedad. En este sentido, autores como por ejemplo Deegan y Gordon, 1996 y Deegan y Rankin, 1999, consideran que la principal vía a través de la cual se comunican los efectos sociales y medioambientales de las actividades empresariales de las organizaciones, es el informe social que las mismas emiten.

Sutantoputra (2009) define la presentación de informes de RSC como “el proceso de proveer información diseñada para que la gestión de responsabilidad social sea

---

<sup>21</sup> De momento, a falta de una normalización externa que unifique las prácticas informativas de RSC, estos informes especiales reciben diversos nombres (Informe de responsabilidad social corporativa, informe social, informe o memoria de sostenibilidad) pero que en definitiva hacen referencia a unos contenidos análogos.

aprobada". Cea (2010) por su parte, afirma que las memorias de sostenibilidad abarcan la medición, la divulgación y rendición de cuentas ante grupos de interés internos y externos. Por lo tanto, la principal característica del informe social es su papel como vehículo de o nexo de unión entre la empresa y su entorno, el cual trata de buscar la aprobación social y ofrecer una imagen fiel de la labor realizada, previo examen y medición del cumplimiento de ciertas acciones y políticas diseñadas para responder ante su entorno.

Esto se debe a la expansión del concepto de RSC dentro del modelo de gestión empresarial, el cual está ligado al concepto de *Stakeholder*, el cual está sustituyendo al inversor como único punto central de interés y atención, además la transparencia es tomada más en cuenta a la hora de tomar las decisiones. En este ambiente, la divulgación de información está ampliando sus horizontes, de forma que la memoria económico-financiera se complementa con otros documentos que cada vez son más relevantes (Moneva, 2006), como es el caso las memorias de sostenibilidad, las cuales tratan de incluir las inquietudes y preocupaciones de los diversos grupos de interés.

Las compañías emplean la presentación de informes de RSC como una manera de comunicar a sus *stakeholders* su desempeño social. Para Douglas *et al.* (2004) esta comunicación externa mediante la presentación de informes (*reporting*), ayuda a la empresa a construir una imagen positiva entre sus grupos de interés. A veces también es llamado contabilidad social, divulgación social, revisión/reseña social, informes sociales o informe de sostenibilidad.

Según Redondo (2005), actualmente las empresas emplean básicamente dos medios para dar a conocer y suministrar información acerca de la ética de sus actividades: por una lado, a través de la inclusión de la información de sostenibilidad en los informes anuales; por otra parte, mediante la realización de una memoria de sostenibilidad específica.

La primera de las fórmulas ha sido, según Archel (2003), la herramienta utilizada para presentarse ante la sociedad como socialmente responsables durante el período 1994-1998.

Por lo que respecta a la segunda, las memorias de sostenibilidad, se están convirtiendo en una herramienta emergente que cada vez es más empleado por las empresas para informar de su actividad de responsabilidad y sus logros en esta materia (Moneva, 2007). Siguiendo a García-Álvarez de Perea (2005), este desarrollo del número de informes de sostenibilidad obedece, entre otras razones a:

- El alto grado de credibilidad que se presta a la información divulgada, sobre todo si previamente ha sido verificada por un tercero independiente.
- Su uso por parte de muchos partícipes como única fuente de información.
- Su extensa distribución, lo que les permite contribuir a la visibilidad de la RSC.
- Su papel como expresión del estado de opinión de la gerencia.
- La imposibilidad de identificar todas las comunicaciones sobre materias sociales en un periodo de tiempo largo, asegurando la compleción de los datos y la accesibilidad.

#### **A. El Modelo GRI**

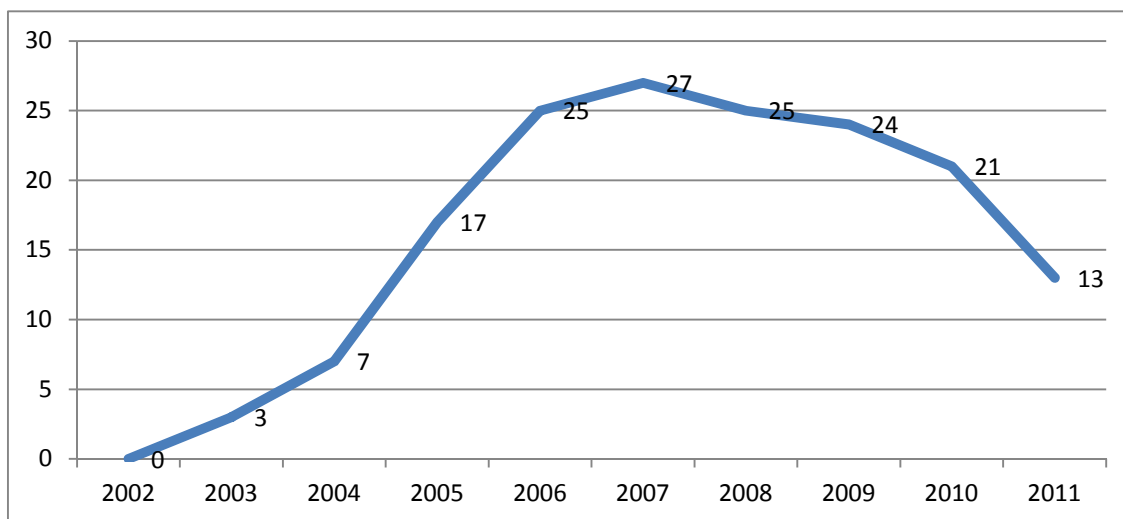
Hasta hace pocos años, como indican Fuentes-García *et al.* (2005), un número creciente de empresas ha estado presentando junto al informe económico-financiero un informe o balance social de sus actuaciones tanto sociales como ambientales. En un principio cada empresa ha elaborado estos informes a su manera decidiendo qué datos incluir y cuáles omitir. Esto ha representado una problema a la hora de poder realizar cualquier tipo de análisis comparativo entre la labor y realizada entre distintas compañías. De esta forma, el modelo GRI representa una propuesta para la presentación de información RSC, que responde a la necesidad de estandarización en la elaboración de memorias de responsabilidad, y que en definitiva de lo que trata es de ofrecer un mayor nivel de transparencia de la organización con el fin de mantener mejor informados a aquellos grupos interesados. En este sentido la GRI proporciona un marco integral que aborda de manera extensa el desempeño de la compañía en cuanto a cómo esta informa a los *stakeholders*. En la situación actual, GRI se ha

convertido en un referente para la divulgación de la información social, consecuentemente la inmensa mayoría de las memorias de sostenibilidad publicadas en España responden a este modelo. Especialmente importante es el caso que ocupa este trabajo, ya que el sector financiero ha sido el pionero en la implantación de este modelo para la elaboración y presentación de sus memorias. En el gráfico 2 y la tabla 8 se pueden observar dos periodos en los cuales publicación de memorias GRI ha experimentado importantes cambios: en un primer momento desde la popularización del modelo con un importante crecimiento, pasando de cero a 27 en 2007 (año de inicio de la crisis económica), representando el 13,43% del total de entidades; y, posteriormente se identifica un segundo periodo marcado por las dificultades económicas de las entidades y el proceso de reestructuración en el sector. Esto hace, por un lado que los recursos de las entidades, más escasos, se destinen a otros menesteres diferentes de la divulgación voluntaria; y por otro, el menor número de entidades<sup>22</sup>, fruto de la reestructuración, hace evidente que el número de memorias publicadas disminuya, volviendo a valores previos al comienzo de la crisis iniciada en 2007 con solo un 6,88% del total.

---

<sup>22</sup> BdE informa que el número de EE.FF. españolas en 2002 era de 216, mientras en a finales de 2011, el número descendió hasta las 189. <http://www.bde.es/webbde/es/estadis/infoest/a0445.pdf>

Gráfico 2 Memorias de RSC publicadas por las EE.FF. españolas en el periodo (2002-2011).



Fuente: elaboración propia a partir de GRI.

Tabla 8 EE.FF. que publican memorias de RSC, su evolución y porcentaje sobre el total del sector.

AÑO	EE.FF. españolas	Memorias RSC publicadas	Porcentaje de entidades con memoria RSC
2002	216	0	0%
2003	211	3	1,42%
2004	205	7	3,41%
2005	204	17	8,33%
2006	202	25	12,38%
2007	201	27	13,43%
2008	198	25	12,63%
2009	192	24	12,50%
2010	188	21	11,17%
2011	189	13	6,88%

Fuente: elaboración propia a partir de datos de BdE (<http://www.bde.es/webbde/es/estadis>) y GRI ([www.gri.org](http://www.gri.org)).

El modelo GRI solventa una de las principales debilidades de las que adolecían los informes de responsabilidad, y es la medición de los aspectos sociales, de carácter intangible, solventando el problema de la deficitaria comparabilidad de datos, al ofrecer un modelo estandarizado que permita normalizar el tipo de información contenida en las publicaciones, así como la fiabilidad de los contenidos publicados,

aspecto este último solventado a través de la auditoría, verificación o certificación correspondiente.

#### 8. CLASIFICACIÓN DEL CONTENIDO DE LA RSC Y PROPUESTA DE CONTENIDOS. NORMALIZACIÓN DE LA INFORMACIÓN RSC DIVULGADA

El principal hecho que justifica, como se ha visto previamente, la divulgación de información de responsabilidad es la necesidad de rendir cuentas a la sociedad, sobre la actividad interna de la empresa, y en particular, informar a cada uno de los agentes que se ven implicados en la misma y sobre los que dicha información hace referencia.

Una vez se ha visto la importancia de la RSC así como de su comunicación y el medio a través del cual se transmite, se trata ahora de responder a la pregunta sobre “qué” se comunica. De este modo, una de las preguntas básicas que debe ser resuelta a la hora de plantear la problemática de la divulgación de información de responsabilidad social, y previa a su análisis y estudio es en qué, la empresa es responsable. La definición de esta cuestión va a ser perentoria con el fin de elaborar una clasificación previa que recoja todos los elementos examinados en el trabajo y que delimite la extensión del mismo.

En sentido, además, las entidades deberían demostrar cómo y en qué grado cumplen sus responsabilidades hacia sus grupos de interés. Para ello va a ser importante llegar a un consenso sobre que información debe ser recogida en las memorias sociales. En otras palabras, se debe hablar sobre normalizar la información divulgada. En este sentido, las guías para la presentación de informes presentan un marco aceptable de divulgación de información que puede ser de interés para los usuarios. Estas guías se consideran útiles porque proporcionan una orientación clara sobre qué y cómo se informa (Hassan, 2010). Además, el uso de guías proporciona un sistema que incrementa la capacidad de comparación.

Siguiendo a Cuesta (2003), para poder asegurar que la empresa es socialmente responsable es preciso traducir los principios de responsabilidad corporativa en variables medibles a través de la construcción de estándares e indicadores a partir de



los cuales, y después de un proceso de auditoría social, se pueda concluir que la empresa es socialmente responsable. Estos indicadores permiten comparar la gestión interna y el impacto de la actividad de las distintas entidades con los estándares, o entre sí, o con la media del sector, etc., de tal modo que los datos obtenidos a través de estos indicadores puedan servir para valorar las actuaciones de cada entidad en el contexto de la RSC, pero además puedan servir a las propias organizaciones para rediseñar sus políticas y estrategias en este ámbito, así como para informar a los diferentes grupos de interés. A este razonamiento se une también Ruiz-Lozano *et al.* (2008) afirmando que la información en el contexto de la RSC es útil e importante ya que aporta transparencia y credibilidad.

La medición del comportamiento responsable de una empresa, independientemente del sector de actividad al que pertenezca es un tema complejo y de difícil resolución. Igual de complicado es para las EE.FF. De hecho según Cea (2010) son varios los aspectos que hacen ardua la labor de llevar a cabo una medición única que indique el comportamiento general de RSC, entre los que destacan:

- Abarca una serie de cuestiones que se presentan de forma muy heterogénea. Por una parte existen datos que se muestran de manera cuantitativa, mientras que existen datos que son ofrecidos de manera cualitativa y otros incluso de manera mixta. Por lo tanto resulta muy complicado trabajar con datos tan diferentes.
- Se ocupa de todos aquellos grupos de interés con los que la empresa mantiene algún tipo de relación y de las acciones de esta hacia ellos. Estas acciones van a presentar muy diversas expresiones en relación con los diferentes grupos de interés.
- La falta de un modelo normalizado, a pesar de los diversos intentos al respecto, que exprese el comportamiento social de cualquier tipo de empresa.

Por todo lo anterior, a falta de un indicador general que exprese y mida el comportamiento social de las entidades, incluso relativo a un mismo mercado o sector

de actividad, se hace necesario la creación de uno, que además, tenga en cuenta las peculiaridades del sector financiero. En concreto, la dificultad aumenta en el caso de las EE.FF., ya que, la medición del desempeño de RSC debe cubrir tanto los impactos internos de su gestión, así como también, la repercusión hacia el exterior de las actividades y operaciones llevadas a cabo.

Para facilitar la medición y comparación de la labor de RSC, es importante el uso de dos herramientas destacadas: Una de estas herramientas consiste en la elaboración de un índice de RSC a través de técnicas para la captura de los diferentes tipos de datos propensos a expresar información de responsabilidad social. Otra consiste en la creación de un cuadro de indicadores de RSC que agrupe los diferentes ámbitos de responsabilidad de la empresa<sup>23</sup> y que permita a los usuarios de dicha información evaluar el comportamiento de las empresas bajo unas reglas equivalentes.

### **8.1. Contenidos para una memoria RSC normalizada**

Un cuadro de indicadores estandarizado que exprese la conducta general de RSC de las EE.FF. debe reunir varias cualidades: a) es una herramienta de gestión empresarial que evalúa los resultados, además de posibilitar la mejora de la actuación social y sus procedimientos de gestión; b) permite examinar los posibles beneficios relacionados con los procedimientos internos de gestión social y ambiental puestos en marcha. De esta forma también permite la reducción de los riesgos financieros a partir del examen de los elementos tenidos en cuenta; c) el análisis de los datos obtenidos permite el autoaprendizaje de la propia organización ayudando al desarrollo de un sistema de gestión más productivo en materia de sostenibilidad.

Si bien no existe una definición clara de lo que constituye la información divulgada sobre RSC. La mayor parte de los estudios definen la información social y medioambiental sobre la base del trabajo de Ernst y Ernst (1978) que divide los elementos de información divulgados en las siguientes categorías:

---

<sup>23</sup> En el presente trabajo se ha optado por un sistema de clasificación que atiende al criterio *stakeholder*.

- Medioambiente (control de la polución, prevención y reparación de los daños medioambientales, conservación de los recursos naturales, y otra información)
- Energía (conservación, eficiencia energética de los productos y otra información divulgada relacionada con la energía).
- Prácticas comerciales justas (empleo de minorías, promoción de las minorías, empleo de mujeres, promoción de las mujeres, empleo de otros grupos de especial interés, apoyo a las pequeñas empresas, prácticas socialmente responsables en el extranjero, y otras declaraciones sobre prácticas empresariales justas).
- Recursos humanos (salud y seguridad de los trabajadores, formación de los trabajadores, y otra información divulgada sobre recursos humanos).
- Participación de la comunidad (actividades de la comunidad, salud y actividades relacionadas, educación y cultura, y otras actividades en la comunidad divulgadas).
- Productos (seguridad, reducción de la contaminación por el uso de productos, y otra información relacionada con los productos).
- Otra información responsable divulgada e información adicional.

Gray *et al.* (1996), por su parte considera que el análisis de contenido social y medioambiental abarca cuatro áreas principales (empleados, medioambiente, comunidad y producto).

La ausencia de una definición de lo que es la DRSC ha motivado la aparición de diversos intentos de desarrollar un marco teórico claro para esta información. En este contexto, Owen (2003) argumenta que el desarrollo de un marco teórico global para la presentación de informes RSC es un objetivo deseable. Una de estas iniciativas es el GRI desarrollado en cooperación con el Programa de las Naciones Unidas para el medio ambiente (UNEP). La misión de la GRI consiste en desarrollar y expandir globalmente guías para la publicación de informes de sostenibilidad aplicables

globalmente que permita a las organizaciones informar voluntariamente de su actividad en la dimensión social, medioambiental y económica. El GRI (2000) ha optado por organizar la información de RSC divulgada en cuatro áreas principales:

- Impacto de productos y servicios
- Dimensión económica
- Dimensión ambiental
- Dimensión social: dentro de esta se sitúan elementos tales como Prácticas laborales y ética del trabajo, derechos humanos, sociedad y responsabilidad sobre productos.

Una iniciativa similar ha sido introducida por (ISEA) (Owen, 2003). Este estándar es llamado *Accountability AA1000 Assurance Standard* y es similar al GRI. De acuerdo con Hopkins (2003) existen evidencias de que la GRI está ganando terreno rápidamente y AA1000 se ha vinculado a la GRI. Otros cuantos estándares y guías internacionales han sido introducidos, de los cuáles sirven para complementar y reforzar la publicación de informes de RSC. Estas otras vías (Fuentes-García *et al.* 2005) utilizadas en la actualidad para afrontar las obligaciones de RSC son:

- Listas de empresas socialmente responsables e índices de sostenibilidad (p.e. Dow Jones sustainability index, FTSEGood) que ofrecen un fundamento para la inversión responsable y la comparación entre empresas.
- Códigos de conducta (p.e. Directrices OCDE, declaración de la OIT) los cuales definen estándares de comportamiento corporativo.
- Normas de gestión (p.e. SA8000, ISO 14000) las cuales ofrecen un marco teórico para la implementación de prácticas socialmente responsables.
- Adhesión o ratificación a declaraciones / normas internacionales
- La certificación del respeto a determinadas normas de gestión ética, que consiga la acreditación de cumplimiento.

De este modo, en la tabla 9 y la tabla 10 se recopilan las principales aportaciones realizadas en relación a qué contenidos han sido, de manera más frecuente, incluidos en el estudio de la RSC.

Tabla 9. Principales contenidos RSC analizados en la literatura previa.

Autor	Categorías/Indicadores de contenido RSC analizadas
Ernst y Ernst, 1978	Medioambiente, Energía, Producto, Ética empresarial, Recursos Humanos, Relación con la comunidad, Otra información
Castillo, 1988	Accionistas, Trabajadores, Proveedores, Competidores, Comunidad local, Comunidad nacional, Estado, Naturaleza
Charro, 1993	Clientes, Accionistas, Empleados, Comunidad, Medioambiente
Gray <i>et al.</i> , 1995 y 1996	Clientes, Sociedad, Empleados y Medioambiente
Moneva y Llena, 2000	Medioambiente
Robb, <i>et al.</i> , 2001	Medioambiente, Producción, Clientes
Cuesta <i>et al.</i> , 2002	Datos económicos y de gestión, Empleados, Comunidad, Medioambiente, Otros
Deegan <i>et al.</i> , 2002	Medioambiente, Energía, Empleados, Comunidad, Otros
Archel, 2003	Empleados, Comunidad, Medioambiente
García-Ayuso y Larrinaga, 2003	Medioambiente
Muñoz, <i>et al.</i> 2004	Gobierno corporativo, Relación con <i>stakeholders</i> , Compromiso con la comunidad, Derechos humanos y tercer mundo, Empresas participadas, Intermediación bancaria, Gestión de activos.
Ochoa y Aranguren, 2005	Empleados, Medioambiente
Vázquez y Cordero, 2007	Economía, Medioambiente, Laboral, Corrupción, Derechos humanos, Consumo, Gobierno corporativo
Aranguren y Ochoa, 2008	Empleados y Medioambiente
Franklin, T., 2008	Comunidad, Diversidad e inclusión, Medioambiente, Ética y conducta en los negocios, Responsabilidad financiera, Derechos Humanos, Salud y seguridad, Sostenibilidad
Aranguren y Maldonado, 2009	Empleados, Medioambiente, Comunidad y Consumidores y productos
Aribi, 2009	Empleados, Comunidad, Filantropía, Clientes, Productos y servicios, Medioambiente, Otros
Cea, 2010	Accionistas, Empleados, Clientes, Proveedores, Comunidad o colectivo social y Medioambiente
Hassan, 2010	Medioambiente, Desarrollo de la comunidad, Empleados, Productos, Clientes, Ética, Salud, seguridad y otros
Illia, <i>et al.</i> , 2010	Comunidad, Gobierno Corporativo,

Capítulo 2. Marco teórico: Delimitación del concepto de RSC y divulgación de RSC

	Medioambiente, Empleados, Economía local, Derechos Humanos
Seguí, 2010	Accionistas, Empleados, Clientes, Proveedores, Comunidad, Administración Pública
Kavitha y Anita, 2011	Medioambiente, Igualdad de oportunidades, Recursos humanos, Participación de la comunidad, Calidad de los productos, Política, Energía, Otros
Aranguren y Martínez-Cerna, 2012	Empleados, Medioambiente, Comunidad y Consumidores y Productos
Haro de Rosario, <i>et al.</i> , 2012	Productos y servicios, Desempeño económico, Medioambiente
Pérez-Ruiz y Rodríguez-del Bosque, 2012	Clientes, Accionistas, Empleados, Sociedad, General

Fuente: elaboración propia.

Tabla 10. Propuestas de medición de la RSC por organismos nacionales e internacionales.

Autor	Categorías de contenido RSC analizadas
Analistas Internacionales en Sostenibilidad (AIS)	Ética empresarial, Comunidad, Gobierno corporativo, Relaciones con los clientes, Relaciones con los empleados, Relaciones con los proveedores, Integración de servicios sociales
Agencia de <i>Rating</i> Vigeo	Derechos humanos, Recursos humanos, Medioambiente, Comportamiento empresarial, Gobierno corporativo, Participación de la comunidad
AECA	Accionistas/propietarios, Clientes, Proveedores, Competidores, Agentes sociales, Administraciones públicas, Comunidad local, Sociedad y público en general, Medioambiente y generaciones futuras,
<i>Forum for the future</i>	Prosperidad económica, Gobierno corporativo, Protección del medioambiente, Sociedad
The sustainability metrics	Comunidad, Proveedores, Empleados, Medioambiente, Comportamiento ético, Responsabilidad financiera, Derechos humanos, Salud y seguridad, Sostenibilidad
<i>Global Reporting Initiative</i> (GRI)	Economía, Medioambiente, Empleados, Derechos humanos, Sociedad, Responsabilidad sobre productos, Proveedores

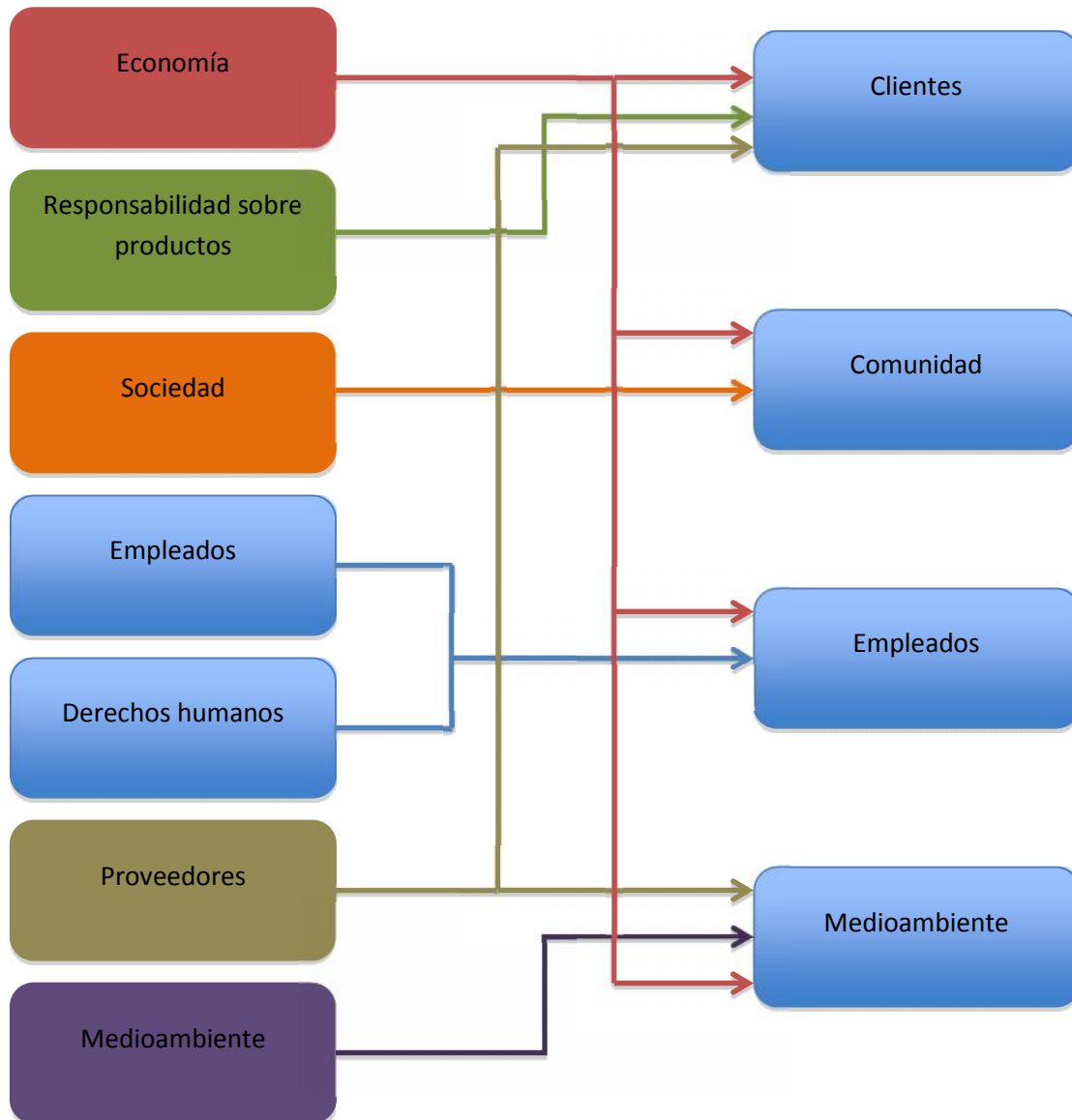
Fuente: elaboración propia.

Ante la dificultad que entraña abarcar el amplio abanico de agentes que afectan o son afectados por las actividades de las organizaciones, y la falta de criterio sobre su importancia y número, para el presente trabajo de investigación se ha optado por

sintetizar la información contenida en las memorias y para ello el presente estudio utiliza como base cuatro áreas que abarcan el conjunto de la divulgación de información responsable, siguiendo a autores como Charro (1993) y Gray *et al.* (1995 y 1996) y los contenidos informativos del modelo GRI. Este criterio de clasificación ha sido seguido en gran parte por la literatura posterior y de manera reciente ha tenido su aplicación práctica en trabajos como los de Ochoa y Aranguren (2005) y Aranguren y Martínez (2012) para estudiar la divulgación de responsabilidad. Por tanto, las áreas de divulgación de información social en las que se centra la investigación hacen referencia a clientes, comunidad, empleados y medioambiente. Si bien Charro (1993) propugna un quinto grupo, el de los propietarios, la comparación de datos de distinto origen societario (naturaleza capitalista y social), aconseja no tomar en consideración a este grupo por la posible distorsión de los resultados.

Por lo que respecta al modelo GRI, en la siguiente ilustración se muestra la correspondencia existente entre la estructuración de los contenidos GRI y la clasificación empleada en el estudio. Como se puede observar, existen una serie de peculiaridades: los contenidos sobre la temática Economía, se distribuyen entre todos y cada uno de los grupos de interés considerados en el estudio en función de cómo afecte la economía a cada uno de ellos; los contenidos sobre Derechos Humanos se unen con Empleados, ya que se ha considerado que ambos hacen referencia a condiciones laborales; por su parte la Responsabilidad sobre productos se corresponde con la atención a las necesidades de los clientes, íntimamente ligada al consumo y adquisición de productos y servicios bancarios; y finalmente, los contenidos sobre proveedores se han repartido entre aspectos relacionados con el ámbito de la comunidad y el medioambiental.

Figura 6. Correspondencia entre las categorías informativas GRI y las categorías del estudio.

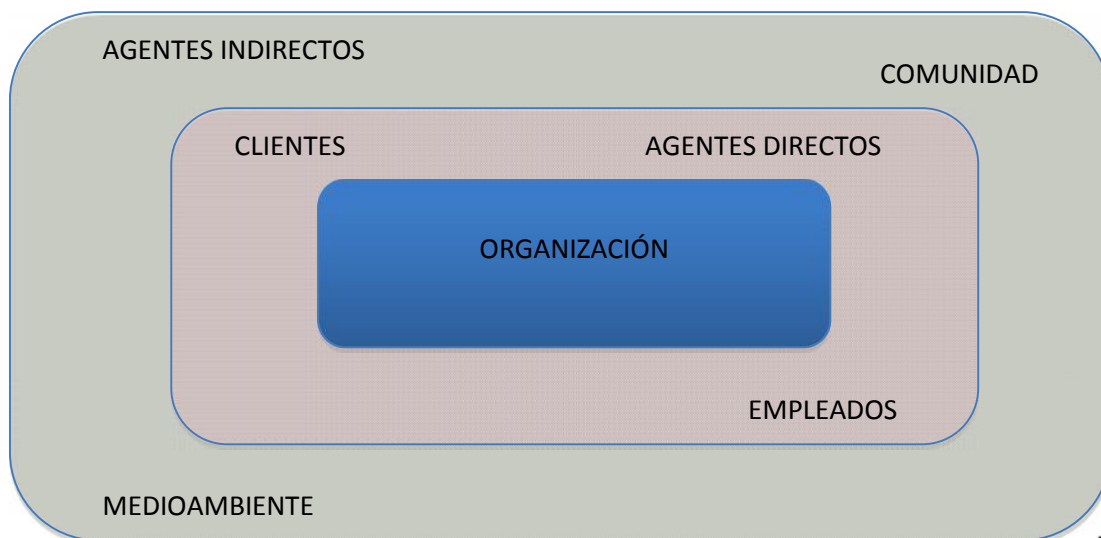


Fuente: elaboración propia.

Estas áreas de divulgación pueden a su vez agruparse, como se vio anteriormente, en función del grado de relación que mantengan con las entidades (AECA, 2004). De este modo se identifican *stakeholders* primarios y *stakeholders* secundarios. En el cuadro siguiente se puede ver de manera gráfica como se clasifican los grupos de interés seleccionados para el estudio.



Figura 7. Nivel de relación de los grupos de interés.



Fuente:

elaboración propia

A continuación se van a presentar y definir las diferentes áreas que abarca el estudio, y que posteriormente serán seguidas para el desarrollo del trabajo de campo.

### A. Clientes

Los clientes forman en la actualidad una pieza clave a tener en cuenta dentro de la estrategia de negocio de cualquier compañía que pretenda ser competitiva. Estos están teniendo un papel cada vez más preponderante en los últimos tiempos y su poder de negociación y su juicio crítico cada vez mayores, hace que, en un entorno cada vez más exigente, el cuidado prestado a este colectivo llega a ser determinante incluso para la propia supervivencia de la entidad.

A diferencia de lo que ocurre con otras EE.FF., las EE.FF.D. dirigen su actividad comercial de manera principal hacia lo que se ha venido a denominar como “banca minorista” en una doble orientación clientes particulares (economías domésticas o familias<sup>24</sup>) y pequeñas empresas, configurándose como el eje fundamental de estas

---

<sup>24</sup> Atendiendo a la definición que ofrece la Directiva Europea MiFID los clientes minoristas son todos aquellos distintos de los clientes profesionales. Directiva 2004/39 del 21 de abril de 2004, Directiva 2006/73 de 10 de agosto de 2006 y Reglamento 1287/2006 de 10 de agosto de 2006. Los clientes

entidades; por lo tanto, estos grupos representan su principal segmento de clientes. Además, merecen especial atención, ya que por sus especiales características, principalmente el escaso poder de negociación y vulnerabilidad frente a las entidades, requieren del mayor grado de protección posible.

La relación que se entabla entre el cliente y la entidad se basa en el beneficio recíproco que ambas obtienen de su puesta en contacto. En concreto, desde el punto de vista del cliente bancario, estos acceden a los servicios financieros con objeto de satisfacer sus necesidades de materializar un ahorro, obtener financiación, realizar operaciones de pago o cubrir determinados riesgos. Derivado de la relación que los clientes mantienen con las EE.FF. estos van a jugar distintos roles clave en su relación con la entidad:

- Como consumidores de sus productos y servicios<sup>25</sup>.
- Como principales aportadores, a través del margen de beneficio devengado por su relación comercial con la entidad, de los fondos que se destinan a la acción social.
- Como receptores, al igual que el resto de los ciudadanos, de las actuaciones de la RSC.

Por otra parte, la satisfacción y confianza del consumidor son dos elementos clave en cualquier empresa que se precie. Actuar en beneficio del cliente va a tener una repercusión inmediata en la buena marcha de la empresa. De tal forma, las investigaciones realizadas sugieren que la insatisfacción es la razón más importante

---

profesionales son básicamente instituciones y empresas de un cierto tamaño. Deben cumplir 2 de los 3 requisitos siguientes: fondos propios superiores a 2 millones de euros; volumen de negocio superior a 40 millones de euros; y balance superior a 20 millones de euros.

<sup>25</sup> Se ha considerado importante la inclusión en *stakeholder* clientes todo lo referido a “productos”. La razón de ser de esta combinación está en que los productos o servicios ofertados por las entidades tienen como finalidad satisfacer las necesidades y deseos de los clientes finales y por lo tanto su nivel de calidad y sostenibilidad irá en beneficio de la atención a estos.

por la que los clientes cambian de entidad (Manrai y Manrai, 2007). Por lo tanto, la satisfacción del cliente es uno de los aspectos más significativos a tener en cuenta por parte de las entidades, más aún si cabe en el sector financiero donde la satisfacción es imprescindible para generar a su vez confianza, la cual es depositada por el cliente en la entidad siendo esta la base del negocio bancario, y primordial para la construcción de una relación perdurable y estable en el tiempo entre el cliente y la entidad. Hoy en día, cobra mayor sentido este aspecto de la relación cliente-entidad, ya que el descrédito al que se ve abocado el sector en su conjunto hace que se deba reforzar, por todos los medios posibles esta relación, con el fin de recobrar la confianza perdida en las instituciones financieras en los últimos años a causa de la crisis y sus consecuencias. En palabras de Kotler (1997) “la satisfacción de las necesidades de los clientes es un proceso social y administrativo mediante el cual grupos e individuos obtienen lo que necesitan y desean a través de generar, ofrecer e intercambiar productos de valor con sus semejantes”. Sirva como ejemplo el contenido que resume el objetivo con respecto al segmento clientes dentro de los informes de las entidades como es el caso de la memoria de RSC de Banco Santander (2009) “Conseguir la máxima satisfacción de los clientes, creando relaciones duraderas con ellos y ofreciéndoles los productos que mejor se adaptan a sus necesidades y perfil de riesgo y prestando servicio con la máxima calidad”. Por lo tanto satisfacer las necesidades y deseos de los clientes va a ser básico para el desarrollo de la actividad de las EE.FF.D.

De esta manera, la RSC configura un marco ideal en el que desarrollar la relación entre la empresa y el consumidor, ya que esta tiene por finalidad la búsqueda del beneficio y mejora del bienestar de sus clientes por medio de la puesta en marcha de acciones y políticas corporativas que involucren y tengan en consideración los intereses de estos. Un ámbito de las investigaciones llevadas a cabo en materia de RSC trata la posible relación entre el impacto de las medidas de RSC en el nivel de satisfacción de los clientes de la banca minorista; a continuación se observan los principales beneficios:

- La puesta en práctica de medidas de RSC, como indica Server y Villalonga (2006), conducirá a un aumento de la fidelidad y satisfacción de sus clientes confiriendo a la empresa una publicidad y reputación positiva que

simultáneamente acreciente su consolidación y la conduzca a la apertura de nuevos mercados.

- Berger y Kanetkar (1995), y Creyer y Ross (1997) establecieron que los consumidores están dispuestos a apoyar de forma activa a las compañías que se encuentren comprometidas con prácticas medioambientales sostenibles o actitudes éticas.
- Por su parte, las investigaciones de Murray y Vogel (1997) revelaron que los programas de RSC dan lugar a mejores actitudes hacia las entidades.
- Cea (2010) además, afirma que los clientes valoran que las EE.FF. no basen sus operaciones tan solo en criterios según el binomio rentabilidad-riesgo, sino que también se tomen en consideración criterios de sostenibilidad; por ello, las entidades con mejor desempeño social tienen más capacidad de atraer clientes.
- Las investigaciones de Sen y Bhattacharya (2001) apoyan la idea de que los esfuerzos de la entidad en distintas áreas de la RSC tiene efectos directos en el atractivo de los productos de la entidad, así como un efecto positivo en la evaluación realizada por los consumidores sobre la compañía.

Tomados en su conjunto, estos estudios ofrecen evidencias que sugieren que las compañías socialmente responsables son posiblemente tenidas en mejor consideración por los consumidores que aquéllas menos responsables.

Unido al concepto de cliente están los productos de la empresa. Productos y servicios que se configuran como objeto de intercambio (ofertado por unos y demandado por otros) y nexo de unión entre ambos convirtiéndose en la pieza básica que relaciona a los dos. Por tanto la satisfacción de las necesidades del consumidor va a venir dada por medio del suministro de unos productos y servicios de calidad que cumplan las expectativas de aquéllos. Siguiendo a la GRI en su Guía para la elaboración de memorias de sostenibilidad y suplemento sectorial para el sector servicios (p.44, 2008), “los indicadores del desempeño de la responsabilidad sobre productos abordan

aquellos aspectos de los productos y servicios de una organización informante que afectan directamente a los consumidores, como la salud y seguridad, la información y el etiquetado, o el marketing y la protección de los datos”.

Los cambios socioeconómicos acontecidos en los últimos años por otra parte han tenido su reflejo en la mentalidad de los clientes, en sus gustos y necesidades; y no solo eso, la capacidad de decisión y criterio crítico hace que los clientes tengan cada vez más poder y haya que tener más en cuenta sus necesidades y exigencias. Por lo tanto el concepto de responsabilidad con el cliente va a estar unido al de responsabilidad hacia el producto, ya que este último se convierte en el principal nexo entre ambas partes.

#### Principales aspectos relativos al colectivo clientes

A continuación se enumeran una serie de temas que son tratados de manera más recurrente acerca de la relación que mantienen las EE.FF. con sus clientes, y que a continuación son descritas:

- Consumo ético: En los últimos años la toma en consideración de criterios éticos a la hora de tomar las decisiones de compra ha experimentado un gran aumento como así apunta Vogel (2005) quien recopila varios estudios en los cuales se demuestra que cada vez un mayor número de personas tienen en consideración criterios éticos además de otros simplemente económicos para adquirir productos y servicios. Además, por consumo ético también se entiende la adecuación de los productos financieros al perfil de riesgo de cada cliente<sup>26</sup>.

Estos nuevos criterios de compra que han sido incorporados por los clientes van a ser tomados en cuenta por las entidades ofreciendo productos aptos para estos nuevos requerimientos. En los últimos años se han venido desarrollando una gran variedad de nuevos productos que se pueden clasificar de la siguiente manera:

---

<sup>26</sup> Su cumplimiento podría haber evitado casos como los de las “participaciones preferentes”, las cuales fueron colocadas a clientes sin conocimientos financieros, ni perfil de riesgo adecuado a dichos productos.

- Consideración de criterios de sostenibilidad a través del diseño de productos y servicios básicos: se trata de productos tradicionales a los cuales se les incorpora un valor añadido de tipo social. Así por ejemplo se encuentran depósitos o tarjetas de créditos que destinan un porcentaje de los ingresos o gastos, en cada caso, a fines solidarios. Indicador GRI FS1.
  - Desarrollo e innovación de nuevos productos (productos financieros alternativos): Existe una tendencia creciente por parte de la clientela hacia una mayor sensibilización y concienciación en relación al hecho de que sus ahorros pudieran estar financiando actividades rechazables desde la sensibilidad social, ética o ambiental. Es por ello que la banca ha desarrollado en los últimos años líneas específicas de banca ética/sostenible, o el diseño de productos financieros específicos para satisfacer la demanda de ese tipo de clientela. Estos son comúnmente denominados como “Inversión Socialmente Responsable” (ISR); de esta manera (Cea, 2010), las entidades ofrecen garantías de que los ahorros no se emplean en actividades reprobables desde la perspectiva actual de valores de la sociedad. Por otra parte, en otros productos se empieza a considerar la adaptación de los mismos para ofrecer una respuesta a la situación económica actual como por ejemplo mediante la adaptación de las condiciones de los contratos.
- Adhesión a estándares y códigos voluntarios relativos a comunicaciones de marketing: indicador GRI, PR6. Lo más habitual es la adhesión a la Asociación para la autorregulación de la Comunicación Comercial, “autocontrol”. En el marco normativo, la Orden EHA/1718/2010 de regulación y control de la publicidad de los servicios y productos bancarios y de la circular 6/2010 que la desarrolla, se refuerza más si cabe la importancia del control en las comunicaciones comerciales.

- Incumplimiento regulaciones relativas a las comunicaciones de marketing (publicidad, promoción, patrocinio, etc.): el cumplimiento de las condiciones contractuales en los productos y servicios por parte de la entidad financiera tras la celebración del contrato y la contratación fraudulenta, aparecen como preocupaciones importantes en los clientes ya que en bastantes casos las condiciones aplicadas no eran las prometidas por la E.F. (CECU, 2012). Estos incumplimientos se recogen en tres categorías (advertencias, penas y multas). Indicador GRI PR7.
- Promoción del uso de productos y servicios de forma justa y razonable a grupos de clientes sensibles: consiste en asesorar de forma adecuada en qué medida un producto se ajusta mejor a las necesidades de una persona. Este aspecto queda cubierto desde un punto de vista normativo por la directiva comunitaria MiFID, a través de la cual, las entidades se encuentran en la obligación de identificar a sus diferentes clientes y agruparlos por perfiles de riesgo e inversión<sup>27</sup>; de este modo se garantiza que ningún cliente adquiera ningún producto que no se ajuste a sus necesidades y características. Sin embargo, escándalos recientes, como las participaciones preferentes ponen de manifiesto la necesidad de mejorar en este sentido. Por otra parte, también se incluyen acciones para informar sobre la posibilidad de contratar productos éticos o de inversión socialmente responsable (ISR). Indicador GRI FS15.
- Información y etiquetado acerca del impacto sobre la sostenibilidad: hace referencia a la información suministrada acerca de las características concretas del producto o servicio en cuestión. En el ámbito normativo, la ley 2/2011 de economía sostenible pone de relieve la necesidad de aportar información de tipo medioambiental. Si bien ley

---

<sup>27</sup> Por sectores de alto riesgo se entiende clientes de avanzada edad, inmigrantes, con limitados conocimientos financieros, etc.

no es de aplicación al ámbito financiero, se hace hincapié en la necesidad de un mayor esfuerzo en informar al cliente, para que este evalúe qué adquirir y para que sus preferencias se reflejen en la oferta de las entidades. Indicador GRI PR3.

- Incumplimiento de la regulación sobre información y etiquetado: hace referencia a las discrepancias surgidas tras la formalización de las operaciones contractuales; de esta forma, la principal queja de los clientes suele provenir de la falta de coherencia entre la forma en que se realizan y ejecutan los contratos y las condiciones expuestas en el momento de la comercialización. En la mayoría de las ocasiones la falta de cumplimiento de los compromisos verbales, así como la omisión de información delicada provoca estas discrepancias posteriormente entre el clientes y la entidad. Indicador GRI PR4.
  - Multas por incumplimiento de la normativa en el uso o suministro de productos y servicios: indicador GRI PR9. Se recoge el coste de las multas que son fruto del incumplimiento de la normativa relativa al suministro y uso de productos y servicios.
- Satisfacción del cliente y calidad del servicio prestado: La satisfacción del cliente, la calidad del servicio y la fidelización son fundamentales. Es mas, entre los principales motivos expuestos por los que los clientes bancarios cambian de entidad financiera, se encuentra la “insatisfacción con su entidad” (CECU, 2012).
- Canales de comunicación con el cliente: en muchas ocasiones la opacidad de las entidades y el desconocimiento por parte del cliente de gran parte de sus derechos, impiden a estos ejercer los mismos frente a la entidad y los deja en una situación de indefensión. Por otra parte, la



falta de claridad en las comunicaciones comerciales origina situaciones en las cuales por ejemplo los clientes no llegan a saber lo que pagan<sup>28</sup>.

- Políticas de gestión de diferencias entre cliente y entidad: Hace referencia al método o procedimiento que se emplea para solucionar un problema, p.e. la creación de una unidad de calidad. Se tiene en cuenta la forma y calidad con la que las EE.FF. resuelven las situaciones o hechos demandados. Indicador GRI FS15.
- Prácticas de mejora de la satisfacción del cliente: hace referencia al método o procedimiento que se emplea para solucionar un problema *“... con el objeto de conocer y gestionar adecuadamente las inquietudes de los clientes, para desarrollar las acciones de mejora oportunas”* (memoria RSC de CAM 2007 p.93), p.e. crear una unidad dedicada al control de la calidad, comités de calidad y la formulación de planes de mejora.
- Estudios de satisfacción de las necesidades del cliente: la evaluación de la calidad es especialmente compleja en sectores como el bancario, ya que su medición se encuentra naturalmente intrínseca entre la producción y el consumo. Indicador GRI PR5.
- Cumplimiento normativo, quejas y reclamaciones: se comprueba en qué medida los clientes recurren a su derecho a presentar reclamaciones, quejas, o consultas ante EE.FF. cuando estas no se sienten conformes con el producto o servicio financiero contratado (CECU, 2012). La aplicación de condiciones abusivas en la contratación aparecen de forma recurrente en las diferentes ocasiones en las que se contrata un producto o servicio. De este modo las principales quejas y reclamaciones presentadas se observan en relación a causas como: la

---

<sup>28</sup> CECU, 2012: Un 36,6% de los clientes de banca encuestados desconoce la cuantía de las comisiones que pagan.

formula de cálculo de los intereses compleja e incomprensible; la imposición de productos accesorios que incrementan el importe del préstamo; incumplimiento de acuerdos verbales; cambio de las condiciones en fechas muy próximas a la firma del contrato; etc.

- Estudios de medición de calidad del servicio: Existen diferentes métodos para la medición de la calidad en el servicio al cliente, entre ellas están las encuestas, “el cliente misterioso<sup>29</sup>”, creación de índices de calidad a través de la medición de distintos parámetros. Todos ellos buscan saber la situación actual de la calidad con el fin de lograr la excelencia.
- Seguridad de los clientes y confidencialidad: La información se configura como un elemento fundamental para el funcionamiento de cualquier entidad. Es por ello que se deben establecer dentro de un marco de responsabilidad los mecanismos y medios necesarios que garanticen la confidencialidad, la integridad y la disponibilidad de los datos gestionados por sus sistemas de información.
  - Impacto de los productos en la seguridad de los clientes: en relación al sector financiero, consiste fundamentalmente en adoptar medidas que garantice la seguridad del clientes entre los ejemplos se encuentra evitar el fraude en las tarjetas, prevenir atracos en las sucursales o garantizar que no se produzca un menoscabo de los derechos de los consumidores. Para ello se monitoriza toda la cadena de producción, no solo la parte comercial sino otras tan importantes como pueden ser el diseño del producto o servicio o la certificación del mismo. Indicador GRI PR1.

---

<sup>29</sup> Consiste en la visita a la oficina de personal independiente.

- Incidentes derivados del incumplimiento de la regulación legal o de los códigos voluntarios relativos a los impactos de los productos y servicios en la salud y la seguridad. Indicador GRI PR2.
  - Privacidad del cliente, secreto bancario: en el sector financiero cobra especial protagonismo la protección de los datos bancarios, como pueden ser la titularidad de la cuentas o las operaciones realizadas y los importes de las mismas. Indicador GRI PR8.
- Inclusión financiera y acceso global al crédito: La inclusión financiera puede ser abordada desde distintos enfoques. La Comisión Europea, en el informe “Financial Services Provision and Prevention of Financial Exclusion”, expone tres categorías de factores que van a influir sobre la exclusión financiera: factores de tipo social, otros relacionados con la oferta y factores vinculados a la demanda. A continuación se detallan los principales tipos de exclusión financiera a los que las personas o clientes (actuales y/o potenciales) se enfrentan en su relación con la entidad financiera:

Tabla 11. Factores y efectos de la exclusión financiera.

<b>PRINCIPALES FACTORES SOCIALES</b>	<b>EFECTOS</b>
Liberalización de los mercados	El aumento de la competencia puede tener efectos positivos (se presta más atención a todos los segmentos de clientes) o negativos (menos atención a segmentos marginales).
Cambios en el mercado de trabajo	Efectos negativos: la flexibilización del mercado de trabajo tiene como consecuencia ingresos menos estables y, por tanto, menos acceso a crédito.
Reglas y procedimientos antiblanqueo	Efectos negativos: excesiva burocracia.
Política fiscal	Efectos negativos: tasas excesivas.
<b>PRINCIPALES FACTORES DE OFERTA</b>	<b>EFECTOS</b>
Accesibilidad geográfica	En general, todos estos factores tienen efectos negativos, pero las nuevas estrategias y políticas de las EE.FF.D. han transformado algunos de ellos en efectos positivos.
Análisis del riesgo	
Precio excesivo	
Diseño de productos complejos	
Dificultad de elección	
Marketing no incluyente	
<b>PRINCIPALES FACTORES DE DEMANDA</b>	<b>EFECTOS</b>
Autoexclusión (pensar que los productos financieros no son para gente con pocos recursos)	En general, todos estos factores tienen efectos negativos, pero las nuevas estrategias y políticas de las EE.FF.D. en materia de educación financiera y generación de confianza en el sector pueden disminuir dichos efectos.
Desconfianza hacia EE.FF.D.	
Precio excesivo	
Factores culturales	
Factores religiosos	

Fuente: Comisión Europea, informe "Financial Service Provision and Prevention of Financial Exclusion" Marzo de 2008.

Todos estos factores influyen, de distinta manera, en el grado de exclusión de una sociedad. Sin embargo, para desarrollar el tema, se va seguir una doble perspectiva que se resume en: la accesibilidad geográfica y la accesibilidad de los colectivos en riesgo de exclusión, y los productos y servicios específicos que se les ofertan.

La medición de la exclusión es comúnmente medida en términos del nivel de bancarización<sup>30</sup> alcanzado en la sociedad, es decir, a mayor grado de bancarización

<sup>30</sup> Es el grado en que una sociedad, región o país es usuario de los productos y servicios de una E.F.

mayor será la inclusión financiera. A su vez, siguiendo a Aranguren y Maldonado (2009), la principal causa que explica la existencia de bajos niveles de bancarización, afectando principalmente a los colectivos con bajos ingresos, es el uso de un servicio de distribución financiero ineficiente.

- Política hacia clientes insolventes: Las instituciones financieras tienen una responsabilidad especial en ayudar a crear un eficiente sistema financiero que haga que los instrumentos de ahorro y préstamo sean accesibles al mayor número posible de ciudadanos (Argandoña, 2009). Por lo tanto, la responsabilidad de las entidades no queda limitada a tareas como suministrar crédito y fomentar el ahorro sino que debe de hacer todo lo posible para que las herramientas encaminadas a estas actividades sean extensibles al mayor número posible de personas.

Para toda EE.FF., el cliente es considerado como toda persona física o entidad jurídica vinculada con la actividad financiera o parafinanciera de la entidad, independientemente de su capacidad económica (Memoria RSC Kutxa, 2008), contradiciendo la popular y muy extendida expresión que afirma que “el banco solo presta el dinero si se demuestra que no se necesita”. Por tanto, de forma implícita, la función crediticia toma en consideración las necesidades de financiación de cualquier tipo cliente independientemente de la situación financiera de aquél implementando en la actuación de la entidad un comportamiento más justo con las personas menos favorecidas. Esta función social tiene por finalidad la reducción de la exclusión financiera la cual se configura no solo como causa sino también como consecuencia exclusión económica y social, entrando en un círculo vicioso difícil de romper.

En este contexto, la crisis financiera ha afectado a la actividad y al negocio bancario al reducirse su volumen de actividad, concretamente en relación a la concesión de fondos (que se han visto restringidos). Los requisitos de acceso al crédito han sido elevados a la vez que la capacidad de financiación de la población se ha visto reducida lo que se ha traducido de manera directa en el

agudizamiento de los problemas de exclusión financiera. De manera más grave los casos de impago de hipotecas, que provocan ejecuciones hipotecarias y el deshaucio de las personas puede suponer una vulneración de los derechos fundamentales<sup>31</sup>, así como un quebranto generalizado de la reputación en las entidades bancarias.

- **Inclusión geográfica o territorial:** En nuestro caso concreto, siguiendo a Gómez-Bezares (2011), la presencia de de las CC.AA. en zonas rurales ha permitido que los habitantes de estas cuenten con acceso a los servicios de una entidad financiera que de otra forma no tendrían. Hoy en día esta afirmación cobra aún más importancia cuando nos enfrentamos a una profunda reestructuración de la industria bancaria española, especialmente protagonizada por las CC.AA., las cuales por razones de solvencia y con el fin de ahorrar en costes se están viendo obligadas a cerrar oficinas en zonas poco rentables. Este proceso de reestructuración provoca que en muchas ocasiones, sobre todo en zonas o núcleos de población pequeños o aislados, la población se encuentre sin oportunidad de acceso a los servicios financieros. Indicador GRI FS13.
- **Inclusión financiera de colectivos en riesgo de exclusión mediante productos y servicios financieros específicos:** Conjunto de medidas encaminadas en la mejora de la accesibilidad de personas desfavorecidas. Por personas desfavorecidas se incluye: Personas con discapacidades o impedimentos debidos a la edad, genética, u otras causas que limita sus capacidades mentales, sensoriales o físicas; así como personas que se enfrentan a barreras idiomáticas y culturales. En estos casos se suelen articular modelos de inclusión que vienen recogidos por compromisos públicos y que requieren de la colaboración conjunta con diferentes organismos de apoyo a la integración. En este sentido, destaca como una

---

<sup>31</sup> Para algunos se vulnera el Artículo 47 de la Constitución Española.

de las herramientas de inclusión más empleada en los últimos años por las entidades, la concesión de microcréditos. Indicador GRI FS14.

- Sobreendeudamiento y educación financiera: El proceso constante de innovación financiera que tiene lugar en los últimos años, en un contexto globalizado y de creciente integración de los mercados, ha ampliado las posibilidades de elección de las familias y empresas, debido a la proliferación de nuevos instrumentos financieros, que se unen a la oferta de productos tradicionales. El aprovechamiento de los efectos positivos de la expansión de la oferta y de los límites del mercado, y su traducción en mayores niveles de bienestar social, requieren la adopción de decisiones financieras marcadas por una conciencia clara de las diferentes alternativas existentes para el ahorro, la inversión y el endeudamiento, con pleno conocimiento de sus características económicas, de su naturaleza jurídica, de sus riesgos y de sus implicaciones.

Por otro lado, unido al problema de la exclusión social se encuentra el sobreendeudamiento<sup>32</sup>. En muchos casos la negación del acceso a los servicios financieros “tradicionales<sup>33</sup>” ya sea por motivos geográficos, sociales, etc., puede desembocar en la búsqueda de soluciones alternativas como el préstamo al consumidor, que por lo general son más fáciles de obtener que los primeros pero a cambio del cobro de unos intereses más altos, que algunos casos pueden rozar la usura, generando sobreendeudamiento y, en consecuencia, situaciones de pobreza. Esta situación es más frecuente que suceda entre los estamentos de la sociedad más vulnerables y por lo general con menor grado de conocimiento sobre el funcionamiento de los productos y servicios financieros.

---

<sup>32</sup> Por sobreendeudamiento se entiende la imposibilidad manifiesta para un deudor de buena fe de hacer frente al conjunto de sus deudas no profesionales vencidas o por vencer.

<sup>33</sup> Por servicios financieros tradicionales se entiende el ofrecido por el conjunto de bancos, CC.AA. y cooperativas de crédito.

La existencia de un sistema financiero complejo y diverso, en proceso de transformación constante, de gran trascendencia para el bienestar presente y futuro de los ciudadanos, - y que, sin embargo, en muchas ocasiones es concebido como algo complejo y heterogéneo, solo accesible a personas bien cualificadas -, y en particular el problema del sobreendeudamiento, justifican el fomento de acciones de carácter pedagógico que permita contribuir a aumentar el grado de autonomía del ciudadano con el fin de ayudarle en la toma de decisiones financieras personales.

La responsabilidad en la financiación, desde la perspectiva de la educación financiera y el sobreendeudamiento de los clientes es un asunto relevante dentro del sector financiero. Por esta razón la educación financiera se convierte en una necesidad de primer nivel, bajo el impulso de las iniciativas de organismos internacionales y nacionales (OCDE<sup>34</sup>, Comisión Europea<sup>35</sup>, FMI, Banco Mundial, la ONU, El Banco de España o la CNMV), que han favorecido la introducción e implementación de medidas que tratan de reducir el sobreendeudamiento por medio de la mejora de la educación financiera. Indicador GRI FS16.

- Accesibilidad a través de canales no presenciales: A pesar de que hoy en día el principal medio para operar con las entidades sigue siendo acudiendo a las sucursales, se evidencia un incremento del uso de las

---

<sup>34</sup> Portal de buenas prácticas en educación financiera de la OCDE *International Financial Gateway for Financial Education*, donde se recogen las iniciativas orientadas a mejorar la educación financiera que atienden las recomendaciones definidas por este organismo internacional.

<sup>35</sup> Directiva MiFID. Es una Directiva Comunitaria sobre Mercados de Instrumentos Financieros es aplicada en España desde noviembre de 2007 y tiene entre sus principales objetivos responder a los cambios e innovaciones en relación a la seguridad de los mercados y proteger a los inversores ante abusos que las entidades puedan cometer. Esta Directiva vendrá a sustituir a otra, la Directiva de Servicios e Inversiones (Directiva 93/22/EEC), cuyas siglas en inglés son ISD (*Investment Services Directive*).



Tecnologías de la Información y la Comunicación (TIC) en las prácticas financieras entre los clientes particulares. Esto facilita la realización de operaciones financieras a personas de baja movilidad y reduce costes de transacción.

- Otra información: en esta categoría se aglutinan diferentes informaciones que tienen un carácter más heterogéneo que el resto.
  - Perfil de cliente de la entidad: este ítem ofrece información detallada sobre la cartera y perfil de cliente, y puede servir como punto de inicio para establecer mayores niveles de interrelación entre cliente y entidad. Este indicador es interesante desde el punto de vista de análisis de riesgos, tanto presentes como futuros, así como para estudiar posibles oportunidades medioambientales o sociales. Indicador GRI FS6.
  - Implicación clientes en la acción social: La organización pretende de esta forma hacer al consumidor de sus productos participe de las acciones de solidaridad promovidas por la organización<sup>36</sup> (p.e. aportaciones para emergencias humanitarias).
  - Premios y otros reconocimientos: p.e. certificaciones ISO. Aribi, 2009.
  - Adhesión a principios y acuerdos sobre RSC de las inversiones: La adhesión a estándares y acuerdo a nivel supranacional no solo ayuda a respaldar las medidas adoptadas, sino que además anima al resto del sector a sumarse, además de mejorar la imagen corporativa de la entidad (p.e. Principios de Ecuador, Pacto del Milenio).

---

<sup>36</sup> En este apartado se excluye la contratación de productos y servicios con un fin social o medioambiental.

Tabla 12. Iniciativas para medir la labor de RSC.

PRINCIPALES INICIATIVAS INTERNACIONALES PARA FIJAR ESTÁNDARES DE RESPONSABILIDAD	OTROS INDICADORES, DIRECTRICES E INICIATIVAS DE RSC
Global Reporting Initiative	Asociación Española de Normalización y Certificación (AENOR)
AccountAbility - AA1000 Series of Standards	Business Leaders Initiative on Human Rights (BLIHR)
Código unificado de buen gobierno	Cuestionario Unión Europea de RSE para Pymes
Código Winter	Directrices de la Organización de Cooperación y Desarrollo Económico (OCDE) para empresas multinacionales
Caux roun Table Principles	Good Corporation
Dow Jones Sustainability Indexes (DJS Index) – Sustainable Asset Management (DJSI - SAM)	Instituto Ethos
Domini 400	Libro verde de la Unión Europea (2001)
EIRIS	Monitor Español de Reputación Corporativa (MERCOS)
Eco-Management and Audit Scheme (EMAS)	Partnering Against Corruption Initiative (PACI)
Empresa familiarmente responsable	SiRi Company
Forest Stewardship Council	
FTSE4 Good index	
Global Compact	
Global Reporting Initiative (GRI)-G3	
International Organization for Standardization (ISO) – Proyecto ISO 26000 de responsabilidad social, ISO 900 y 14001	
Marco conceptual de la RSC de AECA	
Normas internacionales de contabilidad	
OIT principles	
Principios Amnistía internacional	
Principios OCDE	
Principios RSC – ECCR/ICCR	
Principios Sullivan	
Social Accountability International (SAI) – SA8000	
SGE21 de Forética	
SIGMA Project	

Fuente: [www.pactomundial.org](http://www.pactomundial.org) (indicadores y directrices de RSC) y memoria de sostenibilidad Caixa Galicia (2009).

## **B. Comunidad**

Por comunidad se entiende el conjunto de personas, organizaciones y consumidores en general, que aún no teniendo una relación directa con la empresa, pueden influir en esta a través de la expresión de su opinión respecto a determinadas acciones que, según ellas, pueden ser positivas o negativas para la sociedad en su conjunto (AECA 2004); en este caso se puede decir que comunidad es sinónimo de sociedad.

Este área de atención de la RSC trata, por un lado sobre los impactos que las organizaciones tienen en las comunidades locales en que operan, la sociedad en general, y la gestión de los riesgos que pueden aparecer a partir de sus interacciones con las instituciones sociales representantes de los intereses de esos grupos.

En el ámbito de las relaciones con la sociedad, esta actúa como suministradora de servicios a las EE.FF., por los cuales se espera que sean buenos ciudadanos corporativos; esta opinión es compartida por autores como Evan y Freeman (1988), lo que se interpreta como un principio ético de no perjudicar a la comunidad a peligros y amenazas como pueden ser las derivadas de la contaminación, exclusión y otras cuestiones similares. De este modo, como se mencionó previamente, la existencia de un contrato tácito o social entre la entidad y su entorno, provoca que cualquier comportamiento sea juzgado.

La revelación información sobre este tema cubre seis categorías informativas, las cuales hacen referencia a aspectos formales (políticas sociales), actuaciones directas en el entorno (ámbito local y global), actividades de gobierno corporativo (corrupción, competencia y relaciones con la política), y finalmente, se considera el impacto de las actividades indirectas en el entorno social.

- Políticas, declaraciones y sistemas de gestión social: abarca todas aquellas informaciones divulgadas en relación a la postura formal de la entidad en relación a su estrategia de sostenibilidad con su entorno social. Dentro de este ámbito se encuentran los siguientes ítems.

- Política social: conjunto de declaraciones y líneas directrices sobre RSC en materia social y que forman parte de la cultura empresarial, enunciada por la dirección y seguida por el resto de la estructura organizativa.
  - Definición de objetivos social y su cumplimiento: evaluación mediante auditorías el grado de implementación de las políticas sociales y el control de riesgos. Indicador GRI FS9.
  - Premios concedidos y certificados: conjunto de reconocimientos y certificados externos conseguidos en materia social por la trayectoria o iniciativas realizadas en esta materia.
  - Participación en foros: la participación activa de las entidades en congresos, foros de debate u otros ámbitos de puesta en común para la construcción de una conciencia colectiva que desarrolle el debate sobre la sostenibilidad, es valorado positivamente.
  - Política de voto accionarial sobre asuntos sociales: forma parte de lo que se ha venido a denominar como “activismo accionarial”. Mide el grado de compromiso del consejo de administración con el conjunto de temas sociales como por ejemplo la corrupción, competencia, población local, y creación de riqueza en su entorno, a través de la adopción de criterios comunes de voto en toda toma de decisiones que se encuentren en conflicto con los intereses sociales. Indicador GRI FS12.
- Actividades de apoyo a la comunidad local: por comunidad local la AECA (2004) entiende que se trata del conjunto de entidades de iniciativa tanto pública como privada del entorno más próximo a la entidad y con los cuales interactúa estrechamente. Entre ellos se puede destacar asociaciones, fundaciones, ONGs, etc. De este modo, se pueden considerar todos aquellos proyectos de colaboración desarrollados en su ámbito más inmediato.

En relación al conjunto de actividades sociales que se describen en esta categoría informativa se encuentran todas aquellas relacionadas con la esfera de las acciones de responsabilidad directa llevadas a cabo dentro del área de actuación donde implanta la actividad por medio de su oficinas. En el sector financiero la organización de estas actividades se articula y ejecuta a través de las distintas demarcaciones o direcciones territoriales que, en cada caso, responden a la realidad concreta de cada E.F.

- Actividades de patrocinio y mecenazgo: incluye la financiación de actividades de carácter deportivo y educativo mediante la aportación de financiación a cambio de publicidad (patrocinio), así como de un modo más altruista mediante el mecenazgo de la cultura y la ciencia.
- Actividades benéficas / filantrópicas con inversión en proyectos locales: Conjunto de contribuciones voluntarias a la sociedad civil en forma de donaciones y obras benéficas; valor económico directo generado y distribuido en donaciones y otras inversiones en la comunidad (P.e. Gastos en proyectos comunitarios y asistencia social). Libro verde para la RSC de la UE e indicador GRI EC3.
- Política, prácticas y proporción de gasto correspondiente a proveedores locales: Apoyo a la empresa local y al desarrollo de su actividad a través de la contratación de proveedores dentro del área de actuación de la entidad. Indicador GRI EC6.
- Apoyo de proyectos de pymes y emprendedores: las compañías comunican proyectos para mejorar el desarrollo económico local. Esto consiste principalmente en la asignación de líneas de crédito y otras herramientas de financiación destinadas principalmente al desarrollo del tejido empresarial emergente y la creación de puestos de trabajo.
- Aportación de la empresa al entorno local: creación de riqueza mediante la creación de empleo, aportación de beneficios fiscales y

salarios. De tal forma se ofrece una imagen completa y en detalle del impacto de la entidad en la comunidades locales donde se ubica empresa. Libro verde para la RSC de la UE, integración de la empresa en el entorno local, indicador GRI EC1 y SO1 y WBCS 2000.

- Mecanismos de comunicación / relación con la población local: identifica la existencia de un sistema de comunicación eficiente que traslade las inquietudes y preguntas de la población local a cada una de las direcciones territoriales de las entidades.
- Contribución a la economía nacional: Este tema se encuentra relacionado con el apoyo al desarrollo de la economía nacional, en este caso al conjunto de España.
- Contribución a las finanzas gubernamentales: se hace referencia a la aportación mediante impuestos, cuotas o tasas, con los cuales se financian las políticas sociales del Estado. Aribi, 2010 y Guidance ONU, 2008.
  - Política sobre empleo de paraísos fiscales: hace referencia expresa a el establecimiento de relaciones con EE.FF. o el empleo directo a través de sucursales en países que cuentan con una fiscalidad reducida, unida a la opacidad de la información de las cuentas bancarias limita compromiso con el desarrollo de la economía nacional debido al desvío de impuestos y la reducción de ingresos para las arcas públicas. Vázquez y Cordero, 2007.
  - Inversión en infraestructuras: se refiere a la participación en proyectos con un impacto positivo en una escala temporal mayor que la duración de las operaciones de dicha actividad (p.e. carreteras, equipamientos sociales, etc.) Indicador GRI EC8.
  - Participación en el capital de compañías con proyectos de componente social: Se identifica el total de empresas participadas que se encuentran

comprometidas con la financiación de proyectos que conducen al desarrollo de la economía y su entorno social. Indicador GRI FS10

- Aportación al PIB nacional: en este indicador se sintetizan el total de aportaciones que realiza la entidad en forma de su aportación al conjunto de la economía, ya sea en forma de impuestos y creación de empleo, o en forma de porcentaje sobre el total del PIB del país o región. Indicador GRI EC1.
- Cumplimiento de la legislación, corrupción y competencia: hace referencia de forma general a la ética en la forma de hacer negocios y al gobierno de la organización. Esto afecta y está ampliamente vinculado a la falta de transparencia en los negocios y falta de competencia y la falta de respeto del estado de derecho. De modo particular se solicita información acerca del cumplimiento por parte de las entidades de los requerimientos sobre corrupción (Convención de la OCDE de lucha contra la corrupción<sup>37</sup>), convenciones de Naciones Unidas<sup>38</sup>, las recomendaciones sobre libre competencia (Dirección General de Competencia de la UE) y otros organismos<sup>39</sup>.
  - Mecanismos de verificación, auditoría y evaluación de la implantación y cumplimiento de las medidas contra el soborno y la corrupción en las unidades de negocio. Vázquez y Cordero, 2007.

---

<sup>37</sup> Convenio de Lucha contra la Corrupción de Agentes Públicos Extranjeros en las Transacciones Comerciales internacionales de la OCDE, 1997.

Líneas Directrices de la OCDE para Empresas Multinacionales, revisión de 2000.

Instrumentos Anticorrupción y Líneas Directrices de la OCDE para Empresas Multinacionales, 2003.

<sup>38</sup> Convención de Naciones Unidas contra la Corrupción, 2003.

<sup>39</sup> Convención Interamericana contra la Corrupción, 1996.

Principios Empresariales para Contrarrestar el Soborno, 2003.

- Medidas adoptadas ante situaciones de corrupción: incluye sanciones y multas por incumplimiento de leyes y regulaciones. Este conjunto de medidas permitirá en el futuro para limitar la exposición a potenciales fuentes de corrupción reduciendo de este modo la probabilidad de que se produzcan nuevos casos. Indicador GRI SO4; Guidance ONU, 2008 y Vázquez y Cordero, 2007
  - Número de infracciones legales incurridas como resultado de prácticas de corrupción: ofrece un balance de la situación de la entidad en relación a los problemas de corrupción a través de los casos detectados. Indicador GRI SO8.
  - Cumplimiento de la normativa: incluye políticas y medidas de prevención del soborno y la corrupción. Indicador GRI SO2 y Vázquez y Cordero, 2007.
  - Cumplimiento de la normativa: sanciones y multas por incumplimiento de leyes y regulaciones relacionadas principalmente con las normativas para el libre mercado y la competencia. Indicador GRI SO7.
- Política pública: este conjunto de indicadores hacen referencia a las relaciones entre la esfera privada y la pública, y que las EE.FF. pueden utilizar con el fin de conseguir un trato favorecedor en relación a sus intereses. OCDE<sup>40</sup>.
- Actividades organizadas para influir en la formulación de políticas gubernamentales: es conocido también en el mundo anglosajón por el término “*lobbying*”. Hace referencia a iniciativas donde las entidades adoptan una posición formal o en las que participa formalmente. Se incluyen en este ámbito las organizaciones empresariales, mesas

---

<sup>40</sup> Líneas Directrices de la OCDE para Empresas Multinacionales, revisión 2000. Principios de Gobierno Corporativo de la OCDE, 2004.



redondas, grupos de trabajo y otras formas de lobby ante legisladores públicos. Indicador GRI SO5.

- Financiación concedida en forma de créditos a partidos políticos: Se informa si ha existido financiación a partidos políticos, sindicatos u otras organizaciones afines y si la toma de esta decisión se encuentra avalada por un análisis independiente a la naturaleza del solicitante o si la concesión de préstamo responde a afinidades políticas por parte de la entidad. Vázquez y Cordero, 2007.
  - Aportaciones financieras o en especie a partidos políticos u otras instituciones: este indicador trata de mostrar el nivel de compromiso con la financiación política y asegurar la transparencia de las negociaciones y relaciones políticas de la organización informante. En este sentido, se trata de que las entidades se comprometan con la realización de una declaración pública de todas las aportaciones financieras al ámbito político. Indicador GRI SO6.
  - Recepción de subvenciones y ayudas percibidas por gobiernos y terceros: Conjunto de aportaciones que los gobiernos realizan de manera directa o indirecta a las entidades que operan en su territorio en forma de incentivos, subsidios, subvenciones, exenciones, etc.. Indicador GRI EC4 y Vázquez y Cordero, 2007.
- Actividad social a través de la actividad intermediadora:
- Criterios sociales en la evaluación de clientes: Se refiere a los requisitos previos necesarios a la aprobación o comienzo de la relación contractual con el cliente. Esto se puede realizar por medio de una serie de comprobaciones previas y análisis de riesgos. Indicador GRI FS3.
  - Evaluación y control de riesgos sociales en las líneas de negocio: los impactos que de forma indirecta son causados por los productos y servicios, son por lo general, mayores que los impactos directos de una

entidad financiera, y por lo tanto la labor de la entidad en la gestión de los impactos de aquéllos es fundamental. Esto se puede materializar en la gestión de las carteras de inversiones (gestión de patrimonios) así como en la financiación y las condiciones de provisión del capital.

Indicador GRI FS2 y FS5

- Activos sujetos a controles sociales: aporta información sobre los activos o fondos bajo gestión de la entidad a los cuales se les aplica criterios de selección o de filtrado de tipo social. Estos criterios pueden ser tanto criterios de inclusión como de exclusión. Indicador GRI FS11.
- Productos y servicios diseñados para proporcionar un beneficio social: este ítem informa sobre el conjunto de productos y servicios que satisfacen necesidades sociales de modo general (viviendas asequibles, educación, sanidad, etc.), así como más específicas como es la ayuda a la integración desfavorecidas y mejorar su economía (ayudas directas, facilitación de búsqueda de un empleo, etc.). A diferencia de del resto de productos en esta categoría se hace referencia exclusiva a aquellos productos o servicios destinados o creados con un fin social y no como una característica marginal del mismo. Indicador GRI FS7.
- Medidas contra la financiación del terrorismo y/o la industria armamentística: entre los principales problemas a nivel internacional que entraña la labor de intermediación financiera, se encuentran los impactos indirectos de los clientes; de este modo, se procura que las entidades se comprometan a estar vigilantes a no participar de forma activa ni pasiva en la facilitación de algunas de las actividades ilícitas más peligrosas. Principios de Ecuador.

### **C. Empleados**

Los empleados o recursos humanos (RR.HH.) se pueden definir como un grupo social interno de la empresa conformado por personas que llevan a cabo su trabajo<sup>41</sup> para la organización mediante un contrato, laboral o profesional, y una retribución dineraria y/o en especie. El motivo por el cual los recursos humanos adquieren relevancia en términos divulgativos es debido a la importancia, que de manera creciente según Ortiz y Clavel (2006), están teniendo los intangibles y las políticas sociales de la empresa en el devenir de esta.

Si hace unos años la empresa se fijaba como objetivo mejorar la satisfacción del cliente, el objetivo ahora ha evolucionado ampliándose a la búsqueda de la satisfacción y bienestar del empleado. En los últimos años se ha puesto de manifiesto el papel tan importante que desempeña el factor humano en el sector financiero, específicamente en la prestación del servicio, al considerársele elemento clave en la satisfacción de la clientela, la cual percibe de una manera positiva el servicio prestado, en la competencia de los trabajadores, el trato recibido y la eficacia del servicio; todo ello debido a las transformaciones acontecidas dentro del sector en las últimas tres décadas<sup>42</sup>.

Así por tanto, la satisfacción del empleado repercutirá en la satisfacción final del cliente con la entidad. Abad-Guerrero (1996, p. 486) afirma que “el personal de las entidades financieras es un elemento clave en la prestación del servicio, afectando su actitud al resultado de las estrategias aplicadas por las EE.FF., por ello es necesaria la consideración del personal como un cliente al que hay que satisfacer, para lograr su integración con los objetivos prioritarios que, en su planificación, se marca cualquier organización”. Desde el punto de vista de la organización de empresas, a diferencia de

---

<sup>41</sup> En términos generales, los empleados se concentran en dos grandes grupos: directivos y no directivos. Por esta razón los Consejeros y Alta dirección se consideran incluidos en este grupo de interés (AECA, 2004).

<sup>42</sup> La proliferación de EE.FF. en los años precedentes ha ocasionado que el trato al cliente por parte del empleado se haya convertido en un elemento diferenciador entre las entidades.

los que ocurre con las empresas dedicadas a la venta y suministro de bienes materiales, las empresas dedicadas a los servicios guardan una serie de peculiaridades en relación al papel que juegan en ellas el colectivo de empleados, por las que puede ser interesante procurar el bienestar y satisfacción de aquéllos. En este sentido, se puede decir que los RR.HH. son un imprescindibles en las empresas de servicios como es el caso de las EE.FF.D. debido a los siguientes motivos:

- El grado de integración de las actividades que se da en la producción de servicios frente a la distancia que suele haber entre productor y consumidor, en las empresas dedicadas a la producción de bienes, donde hay intermediarios (mayoristas y minoristas) que forman el canal de distribución. En los servicios generalmente el productor usa a sus empleados como canal de distribución por lo que las actividades productivas y de marketing están integradas.
- La medición de la calidad. (lo intangible de los servicios dificulta el control de calidad del productor y la apreciación del cliente). Por ello se considera que la calidad de los prestadores de servicios depende más de su imagen que de la calidad de sus productos. Los empleados son los encargados en este caso de transmitir la calidad del producto ofertado a través de su actitud frente al consumidor.

En otras palabras, el comportamiento de sus empleados forma parte y afecta al servicio prestado y una de sus partes interesadas fundamentales, al constituir la pieza clave de la actividad profesional y actuar como elemento de conexión directa con los clientes y con la sociedad, en general (memoria RSC Unicaja 2010). Por lo que es necesario que se le preste una especial atención dentro de la estrategia de RSC. Por lo tanto, en las EE.FF. como en cualquier empresa perteneciente al sector servicios, contar con los empleados adecuados es tan importante como los clientes. El papel estratégico del personal, en el éxito o fracaso de los servicios está ligado a la integración en la RSC del concepto de “gestión de la calidad total” el cual cuenta en su filosofía con conceptos como la mejora de la satisfacción de lo que este denomina “clientes interno”. En este sentido la RSC recoge tres elementos básicos de satisfacción

en lo que respecta a RR.HH. (Fernández-Barríos, 1999), y que conforman la motivación: comunicación con la empresa, formación y sistema de retribuciones.

En último término la razón que sustenta este comportamiento es la obtención de ventajas competitivas importantes dentro del sector de actividad de la empresa que lo aplica.

En palabras de Valor (2001), en el marco de la RSC, la gestión de los RR.HH. pasa por elaborar una filosofía empresarial común, que integre y armonice las demandas y valores del individuo y la organización, y por la satisfacción completa del trabajador. Por lo tanto de lo que se trata es de atender no solo a su productividad sino también a su desarrollo integral como persona.

Otro aspecto a considerar dentro del grupo de clientes es el referente a la atracción, fomento y desarrollo del talento. De esta manera mediante una política de RR.HH. en la que se integren los valores de la sostenibilidad y donde se valore el bienestar de los empleados y se le ofrezca un mejor trato y consideración propiciará que de forma indirecta los mejores quieran trabajar para la compañía, den lo mejor de sí, y no se planteen su abandono.

Los aspectos que trata la responsabilidad social en el ámbito laboral y que reflejan las necesidades y expectativas de los empleados, son las siguientes:

- Relaciones empresa / trabajador:
  - Política y mecanismos de comunicación y consulta: la comunicación con los empleados, así como la determinación de sus puntos de vista es muy importante y permite a las empresas proporcionar información pertinente. Para identificar los asuntos clave, las empresas pueden participar en un diálogo con aquéllos. Esto se puede hacer de diferentes maneras, mediante estudios entre el personal, relaciones sindicales, talleres donde se intercambian debates sobre temas específicos y encuentros con expertos externos. Otro método es proporcionando a los empleados información de contacto y/o formularios o en forma de

*feedback* a través de los informes hechos públicos o mediante el empleo de los sitios web de las compañías con el fin de fomentar que los empleados den su opinión sobre la información en la que estén interesados y su opinión sobre el comportamiento de la empresa con ellos.

- Encuestas de clima laboral e índice de satisfacción: la participación en estudios como “*Best workplaces*”<sup>43</sup> permiten a la entidad conocer el clima laboral en su entidad y su comparación con el resto de empresas participantes. Se estudian parámetros como la credibilidad, el compañerismo, el sentimiento de pertenencia a la organización, el trato justo, etc. Este indicador también incluye la posterior propuesta de mejoras tras el análisis de los datos obtenidos.
- Empleados con convenio colectivo: conjunto de acuerdos laborales reconocidos por la entidad y convenios colectivos firmados con sindicatos independientes. Indicador GRI LA4.
- Períodos de preaviso: conjunto de cambios organizativos que ocasionen perjuicios o beneficios a los empleados (p.e. traslados, ventas, adquisiciones, externalización de servicios, etc.). Indicador GRI LA5.
- Sistemas de negociación colectiva y acuerdos retributivos y de condiciones de trabajo: Refleja los acuerdos alcanzados en materia laboral entre la dirección de la empresa y los representantes de los trabajadores.
- Respeto de la libertad de asociación y los derechos de negociación. Indicador GRI HR5, OIT<sup>44</sup> y ONU<sup>45</sup>.

---

<sup>43</sup> Elaborado por el Instituto “*Great Place to Work*”.

<sup>44</sup> Convenio nº87 sobre la libertad sindical y la protección del derecho de sindicación, 1948. Convenio nº98 sobre el derecho de sindicación la negociación colectiva, 1949.

- Salud y seguridad: esta categoría de contenido recoge una serie de indicadores que resumen el esfuerzo de la empresa por informar acerca de su labor a favor de mantener y mejorar las condiciones de salud y seguridad del trabajador en el puesto de trabajo.
  - Políticas y programas de salud y seguridad. Se refiere a la información ofrecida sobre políticas con respecto al apoyo al empleado ante casos de violencia por parte de los clientes, atracos o ante requerimientos jurídicos derivados de la supuesta comisión de delitos en el ejercicio de su trabajo. Indicador GRI LA8.
  - Información y formación a los empleados en riesgos laborales: Hace referencia a la puesta en práctica de las políticas de seguridad en el trabajo (programas de educación, formación, orientación, prevención y control de riesgos). Indicador GRI LA8.
  - Premios recibidos: referente a los reconocimientos recibidos por los esfuerzos realizados para mejorar las condiciones ambientales en el puesto de trabajo.
  - Accidentalidad: informa sobre el total de percances ocasionados en el trabajo o en su trayecto (incluyendo accidentes mortales). Indicador GRI LA7.
  - Absentismo / enfermedades profesionales: es una medida mediante la cual se puede observar el grado de compromiso de la empresa con la prevención de los accidentes laborales. Indicador GRI LA7.
  - Sanciones y multas: En este caso se remite toda aquella información que hace referencia a los incumplimientos de los requisitos mínimos de confort y seguridad del trabajador.

---

<sup>45</sup> Pacto internacional de Derechos Económicos, Sociales y Culturales, 1966.

- Inversiones en medidas de seguridad y salud: Se refiere tanto a los importes monetarios invertidos, material técnico o cualquier otro desembolso que mejore las condiciones ambientales en el puesto de trabajo.
  - Evaluación / identificación de riesgos: Se trata de revelar qué comprobaciones (periódicas y extraordinarias) son realizadas por parte de los comités de seguridad y salud en los puestos de trabajo para comprobar que realmente se cumple con la norma y las regulaciones aprobadas.
  - Representación de trabajadores en comités de seguridad y salud: información sobre el grado de implicación activa que presentan los trabajadores en el control y mejora de su seguridad y salud en su puesto de trabajo. Indicador GRI LA6.
- Formación y desarrollo profesional: conjunto de indicadores relacionados con el compromiso de la organización por mantener y mejorar del capital humano, mediante la formación orientada a aumentar las capacidades y habilidades de aquéllos, lo que se traduce en una mejora del capital intangible de la organización.
- Política y programas de formación continua y gestión de carreras profesionales: se hace referencia a la gestión integral de los recursos humanos dentro de la organización, mediante un programa de formación continua y de respaldo de la organización durante toda la vida profesional del trabajador desde su incorporación, hasta el momento de su jubilación. P.e. programas de coaching y mentoring, que ayude a enfocar las carreras profesionales de los empleados. Indicador GRI LA11.
  - Horas de formación por empleado y categoría profesional: Cantidad de tiempo total medio destinado a actividades de formación tanto dentro



como fuera del horario de trabajo con el fin de mejorar las competencias de los trabajadores, así como la adquisición de nuevas. Indicador GRI LA10.

- Empleados que reciben evaluaciones de desempeño y desarrollo profesional: consiste en evaluar el rendimiento de los trabajadores respecto a unos objetivos comunes, lo que ayuda al trabajador a su desarrollo profesional y contribuye al desarrollo del capital humano de la entidad. Por otra parte la retroalimentación que recibe el empleado le puede servir como fuente de satisfacción, lo que se traduce en un mejor desempeño en su puesto de trabajo. Indicador GRI LA12.
  - Medición de la satisfacción en la formación por los empleados: Mediante la elaboración de encuestas o entrevistas tras la realización de cursos de formación se puede conocer si el diseño de estos cumple con las expectativas de los trabajadores.
  - Fondos invertidos en formación: cuantía total que la empresa emplea en formar y mejorar la cualificación de sus empleados.
  - Distribución de ascensos: Se ofrece información acerca de cómo se concibe la política de promoción. Es especialmente importante que los criterios seguidos sean lo más objetivos posibles (formación y méritos) y se evite cualquier forma de discriminación o, decisiones arbitrarias que no se encuentren basadas en méritos propios sino en simpatías o afinidades personales o familiares.
- Retribución y condiciones de trabajo: este indicador muestra los esfuerzos de la entidad por satisfacer las necesidades del trabajador una vez incorporado a su empleo. Estas necesidades pueden ser de tipo retributivo (p.e. mediante el salario y otros beneficios adicionales), así como flexibilidad horaria.
- Políticas de retribución y horarios de trabajo: Dentro de los distintos elementos que componen la relación laboral, una retribución

satisfactoria para el empleado y el cumplimiento por parte de la empresa de los horarios de trabajo establecidos, garantiza un mínimo de bienestar y satisfacción en el trabajador y aumenta su fidelidad a la empresa así como su rendimiento.

- Gastos de personal: Se informa de la cantidad que las entidades destinan a retribuir a los empleados (salario, complementos, pagos en especie, etc.).
- Prestaciones sociales no exigidas por ley y planes de beneficios sociales: este ítem ofrece un modo de medir la inversión realizada por la entidad en su personal laboral. Estos beneficios adicionales a los legalmente exigidos son un factor determinante para la retención de los empleados. Indicador GRI LA3.
- Programas de conciliación y compatibilidad del horario laboral y familiar: El equilibrio entre la vida familiar y laboral es un tema que gana cada vez más importancia a la hora de abordar la RSC en el ámbito laboral. La caída de la natalidad y la calidad de vida de los trabajadores han podido influir en su auge en los últimos tiempos. Conjunto de medidas que informan sobre los esfuerzos para facilitar el compaginar la vida familiar con la laboral. Entre las medidas se encuentran la flexibilidad horaria, ampliación de disfrute de tiempo de vacaciones, excedencia solidaria, excedencia formativa, cobertura bajas maternales, etc.
- Participación en los beneficios: se informa si la entidad hace partícipes a los empleados de la riqueza generada por la entidad. Indicador GRI EC1.
- Relación entre el salario de la compañía y el salario mínimo local: Aporta información sobre el bienestar económico de los trabajadores así como del grado de competitividad de los salarios y su repercusión en el mercado local. Por otra parte, que la media salarial de la empresa se

encuentre por encima del promedio de la zona, puede ser positivo para esta ya que puede ser un factor importante para obtener la lealtad de los empleados y mejorar la legitimación de la entidad entre la sociedad. Indicador GRI EC5.

- Condiciones de contratación y despido:
  - Política de contratación, reclutamiento y selección: Se informa sobre los procedimientos a seguir y se garantiza que estos no incluyan ninguna acción que suponga un menoscabo de la igualdad de oportunidades.
  - Contratación de personal y altos directivos locales: La contratación de empleados pertenecientes a la zona geográfica donde la entidad desarrolla su actividad puede ser positivo para mejorar la comprensión de las necesidades locales, además de que enriquece la diversidad de los equipos directivos mediante la aportación de puntos de vista y la defensa de intereses diferentes. Indicador GRI EC7.
  - Planes de acogida: Se trata de medidas para acompañar al trabajador en sus primeros pasos dentro de la organización, con el fin de que este no se encuentre desorientado y se aclimate al ambiente organizativo y a su equipo de trabajo.
  - Pérdida / creación empleo neta: Indicador que muestra si la entidad está contribuyendo a crear puestos de trabajo o si, por el contrario, los está destruyendo. Una política de mantenimiento de los puestos de trabajo ante situaciones adversas, puede ser interpretado como un síntoma del compromiso de la entidad con los valores de RSC.
  - Contratación a través de prácticas profesionales: Diseño de programas de búsqueda e incorporación de estudiantes (licenciados o estudiantes de posgrado) sin experiencia previa con el fin de poder incorporar a la plantilla a aquellos con las aptitudes necesarias al perfil solicitado,

haciendo especial referencia a la posterior incorporación a la plantilla de la entidad.

- Rotaciones: Hace referencia a la cantidad de empleados que abandonan la entidad encontrándose (de manera voluntario, obligada por despido, jubilación o fallecimiento). Se pueden analizar diferencias por edades o por sexos lo que puede ser interpretado como causa de desigualdad.
- Diversidad e igualdad de oportunidades: esta categoría trata de mostrar en qué grado las EE.FF. revelan información sobre la pluralidad dentro de su organización y si esta se corresponde con los principios básicos de responsabilidad y transparencia. Por otra parte, también trata la existencia o no de casos de discriminación en el trato de los trabajadores, algo que va más allá de los derechos laborales y que se sumerge en el terreno de los derechos humanos. Indicador GRI HR4.
- Composición de los órganos corporativos por sexo y edad: Indica la proporción de individuos (total, por sexo y por edad) pertenecientes a los órganos de gobierno corporativo. Este indicador es especialmente importante al ofrecer información sobre el grado en que la diversidad de la organización y los diferentes intereses particulares de sus miembros, se encuentran representados en los órganos de dirección de la entidad. Indicador GRI LA13, OIT<sup>46</sup>, Pacto Mundial de Naciones Unidas<sup>47</sup>.
  - Desglose de empleados por tipo de empleo, contrato y región: Permite obtener una imagen de la política de contratación de la entidad (si proporciona estabilidad o no a través de contratos indefinidos); es importante además para analizar la contribución en empleos en función

---

<sup>46</sup> Declaración de la OIT sobre normas y principios y derechos fundamentales en el trabajo, 1998. Convención nº 111 de la OIT sobre discriminación en materia de empleo y ocupación, 1958.

<sup>47</sup> Principio 6, 26 de julio de 2000.

del tipo de contrato y por área geográfica. Indicador GRI LA1, OIT<sup>48</sup> y ONU<sup>49</sup>.

- Composición de la plantilla por sexo y edad: Aporta información sobre el modo en que se reparte la plantilla y si existen diferencias significativas en función de la categoría profesional que pudieran ser muestra de algún signo de discriminación por sexo o edad; por otra parte, también se informa de la evolución de las contrataciones en el tiempo, con lo cual se puede observar si las tendencias evolucionan favorablemente hacia la igualdad. Indicador GRI LA2.
- Ratio salarial por sexo: La desigualdad salarial es una actuación que afecta a la reputación de la entidad, y que puede llegar a ser causa de denuncia por trato discriminatorio. Indicador GRI LA14 y OIT<sup>50</sup>.
- Contratación de personas con discapacidad: Informa sobre la integración de personas con discapacidad mediante su contratación. Si bien existe obligación legal para contratar a discapacitados, hacerlo por encima de la cantidad mínima establecida o fomentar acciones concretas desarrolladas dentro de la estrategia de contratación otorga un valor añadido.

- Otra información:

- Política de adaptación al cambio estructural del sector: Se incluyen medidas de flexibilización para tratar de que la organización y sus empleados se adapten a un entorno cada vez más cambiante. Esto exige de nuevas soluciones para que las medidas adoptadas no sean tan

---

<sup>48</sup> Clasificación internacional de la situación en el empleo. Indicadores clave del mercado de trabajo. Indicadores Laborista, disponibles en internet.

<sup>49</sup> Macro Regiones Mundiales y sus Países.

<sup>50</sup> Declaración sobre normas y principios y derechos fundamentales en el trabajo, 1998.

traumáticas (ante la crisis actual, es preferible una reducción de horarios o una reducción de sueldos, que el despido de personal).

- Delegación y trabajo en equipo: Una correcta delegación de funciones y el fomento del trabajo colaborativo son dos pilares fundamentales sobre los que se fundamenta la filosofía corporativa. La medición de estos parámetros se puede realizar a través del grado de satisfacción de los empleados con sus superiores y sus compañeros, así como a través del número de proyectos en los cuales es necesaria la creación de comisiones de trabajo.
- Voluntariado corporativo: Compromiso de los empleados a contribuir con su tiempo y dinero a proyectos a largo plazo o mediante acciones concretas y puntuales en el tiempo. Indicador GRI FS4 y EC1.
- Gestión transparente y veraz (control de la corrupción): Se hace especial referencia a la formación recibida por los empleados en la gestión de riesgos para la reputación originados en prácticas corruptas de los propios empleados. Asimismo, se trata de poner el énfasis en la formación, ya que es un elemento imprescindible para el desarrollo de la concienciación interna y las capacidades necesarias para prevenir incidentes de corrupción. Indicador GRI SO3.

Principales referencias regulatorias en el ámbito laboral:

- Convenio nº 135 de la OIT sobre los representantes de los trabajadores, 1971.
- Convenio nº 87 de la OIT sobre libertad sindical y protección del derecho de sindicación, 1948.
- Convenio nº 98 de la OIT sobre derecho de sindicación y negociación colectiva, 1949.
- Declaración de la OIT sobre principios y derechos fundamentales en el trabajo, 1998.

- Agenda de Trabajo Decente de la OIT, 1999.
- Declaración Tripartita de principios sobre las empresas multinacionales y la política social de la OIT, 1977, enmendada en 2000.
- Principios de Gobierno Corporativo de la OCDE, 2004.
- Líneas directrices de la OCDE para empresas multinacionales, revisión de 2000.
- Declaración del Milenio de las Naciones Unidas, 2000.
- Libro verde de la Unión Europea, 2001.

#### **D. Medioambiente**

Al tratar el medioambiente, como parte interesada, se tiene en cuenta el entorno físico natural (el aire, el agua, la tierra, la flora, la fauna, los recursos no renovables). El medioambiente por otra parte incluye a los agentes sociales que se encargan de proteger la naturaleza. A pesar de no suponer el medioambiente un grupo de presión, de manera estricta, sí lo es a través de las personas y organizaciones que protegen los intereses del medio (ONG's, asociaciones, comunidades de vecinos, etc.). La importancia de este *stakeholder* radica no solo en su consideración de manera aislada, sino que además el resto de grupos de interés podrían cambiar su postura u opinión sobre la empresa de acuerdo a cómo la entidad enfoque los asuntos medioambientales (AECA, 2004). Por esta razón, la publicación de información de carácter medioambiental se justifica por la existencia y reconocimiento de unos grupos de interés que tienen algún tipo de inquietud o interés en cuanto a la actividad de la entidad y sus efectos (Epstein y Freedman, 1994; Tilt, 1994; Moneva y Llena, 1996, 2000). Por lo tanto, la información medioambiental se va a ajustar a las necesidades de estos *stakeholders*, y ello la cantidad o calidad que de este tipo de información que se publique va a ser reflejo de la importancia que es concedida a estos grupos por parte de la empresa.

Hasta no hace mucho tiempo, se consideraba al sector financiero como un sector “limpio” en cuanto a lo que se refiere a impacto medioambiental. Pero la adopción de la estrategia de RSC ha generado dos direcciones principales. En primer lugar, la responsabilidad se busca en el ámbito interno de la gestión de la entidad. Por esta parte se ponen en marcha medidas como programas de reciclaje o de rendimiento energético. En segundo lugar consiste en integrar la RSC en el propio negocio de intermediación financiera y de inversión en los mercados financieros, mediante la adopción de requisitos y exigencias a los créditos y operaciones concedidas así como en las inversiones realizadas. Sin embargo, el impacto medioambiental del sector financiero es limitado, ya que este se encuentra acotado a la actividad diaria de las oficinas. Sin embargo, la actividad bancaria puede jugar un papel destacado de manera indirecta mediante el fomento de la protección del medioambiente y en particular del cambio climático mediante la oferta de productos y servicios con alguna implicación medioambiental; exigencia de criterios medioambientales dentro del análisis de riesgos en la aprobación de créditos; el apoyo a proyectos ambientales mediante la participación en el capital de empresas y el fomento de actividades ambientales mediante de la implicación de la comunidad en ellos; así como la exigencia del cumplimiento de requisitos al resto de la cadena de valor (proveedores) y clientes.

Contenidos informativos propuestos.

- Políticas, declaraciones y sistemas de gestión ambiental.
  - Política medioambiental y sistemas de gestión medioambiental: auditorías para evaluar la implementación de políticas medioambientales y los procedimientos de evaluación del riesgo.
  - Definición de objetivos medioambientales: Indicador GRI FS9.
  - Consideración de consecuencias financieras y otros riesgos y oportunidades para las actividades de la organización debido al cambio climático: Se informa, si por parte de los órganos de gobierno, se han sopesado los riesgos y oportunidades y qué implicaciones financieras



puede tener en la organización (p.e. coste de las actuaciones y sistemas necesarios para cumplir cambios normativos, oferta de nuevos productos y servicios que cumplan con los requisitos ambientales, etc.)  
Indicador GRI EC2.

- Premios concedidos y certificados: ISO, EMAS, etc.
  - Participación en foros: Participación activa y aportaciones para el fomento de medidas de responsabilidad encaminadas a la mejora del entorno de forma directa e indirecta.
  - Políticas de voto accionarial en asuntos medioambientales: al igual que en el área social, forma parte del “activismo accionarial”. Mide el grado de compromiso del consejo de administración con el conjunto de temas medioambientales como por ejemplo las emisiones contaminantes, impacto ambiental de clientes y futuros productos a través de la adopción de criterios comunes de voto en toda toma de decisiones que se encuentren en conflicto con los intereses sociales. Indicador GRI FS12.
- Consumo y conservación de recursos y energía.
- Consumo de agua y materiales: permite tener una medida sobre el alcance e impacto de la organización en función del tamaño y la importancia relativa en términos de consumo tanto de agua como de otros materiales. Indicador GRI EN1, EN8.
  - Uso de material reciclado: hace referencia tanto al consumo como al reciclaje de consumibles de oficina como papel y material informático. Esto contribuye al consumo de materiales que no fomentan la destrucción de hábitats y un ritmo de consumo no sostenible. Indicador GRI EN2 y EN27.

- Programas de reducción del consumo, reutilización y eficiencia energética: Conjunto de medidas e iniciativas encaminadas a la mejora de la eficiencia energética, mediante la mejora de procesos tecnológicos y procedimientos de actuación; esto no solo mejora la posición competitiva de la entidad al reducir costes, sino que además se traduce en una menor dependencia de fuentes de energía no renovables. Indicador GRI EN5.
  - Consumo energético: se contabiliza tanto la cantidad de energía consumida como la fuente de la cual se deriva la misma. En el caso de las EE.FF. es mucho más importante el conjunto de las fuentes de energía indirecta que las directas (en este sector es residual). Indicador GRI EN3, EN4.
  - Empleo de energías renovables: en este ítem se hace hincapié en la tasa de utilización de fuentes energéticas sostenibles (sola, eólica, biomasa, etc.) dentro del mix energético del cual se suministra la entidad. Indicador GRI EN3, EN4.
- Emisiones, vertidos y residuos e impactos en los ecosistemas.
- Emisiones al aire y residuos: se trata de emisiones de efecto invernadero y otros residuos derivados de la acción directa de la entidad en sus propias oficinas y sucursales (principalmente papel y material informático). Indicador GRI EN16 y EN17.
  - Impacto transporte de bienes, materiales y personal de la organización y medidas para su control: analiza el impacto tanto en el calentamiento global y los ruidos y los humos a nivel local tienen los trayectos diarios de los trabajadores a sus oficinas. Indicador GRI EN16 y EN29.
  - Emisiones derivadas de viajes a nombre de la compañía y mensajería y medidas de control: en este caso por su parte, hace referencia expresa a el transporte diario de productos (principalmente en centros de

distribución de suministros) así como los viajes de directivos para reuniones de negocios. Indicador GRI EN16 y EN29.

- Residuos gestionados: se refiere principalmente a papel y material informático generado por la actividad interna de la entidad en las oficinas, sucursales y servicios centrales. Indicador GRI EN22.
  - Programas de reducción de contaminación y protección de ecosistemas: hace referencia a la existencia de programas estructurados que permitan la gestión de impactos y su prevención futura en el entorno. Indicador GRI IN7 y EN14.
- Inversiones y gastos medioambientales y cumplimiento normativo
- Participación en el capital de compañías con proyectos de componente medioambiental: Se identifica el total de empresas participadas que se encuentran comprometidas con la financiación de proyectos de índole medioambiental. Indicador GRI FS10.
  - Fondos destinados a actividades medioambientales en la sociedad: el objetivo de este ítem es el de medir qué parte de los fondos destinados a labor social tienen como objetivo específico temas relacionados con el medioambiente.
  - Actividades de I+D orientadas a la protección medioambiental: Recoge la inversión necesaria para llevar a cabo actividades dirigidas a la mejora del desempeño medioambiental. Indicador GRI EN30.
  - Exigencia de criterios medioambientales a proveedores: El cumplimiento de los requerimientos medioambientales por parte de la empresa de forma aislada, sin tener en consideración al resto de la cadena de valor, ocasiona que los esfuerzos realizados por la entidad sean solo parciales. En este caso, se informa de los requisitos que deben reunir los proveedores de productos y servicios sin los cuales no es

posible concurrir con sus suministros a las ofertas de contratos organizadas por las EE.FF.D.

- Multas y sanciones por incumplimiento de la normativa medioambiental: el grado de incumplimiento de la entidad se interpreta como la falta de capacidad para asegurar que las operaciones llevadas a cabo se ajustan a los parámetros de desempeño. Indicador GRI EN28.
- Medioambiente, productos y servicios
- Productos y servicios diseñados para proporcionar un beneficio medioambiental: Conjunto de productos y servicios financieros que incluyen en sus requisitos el respeto y cumplimiento de las normativas y sistema de certificaciones encargadas de verificar el grado de eficiencia energética (p.e. ISO); en el caso concreto del sector financiero es particularmente importante la oferta de productos, que de manera indirecta, como los fondos de inversión, financian entidades y proyectos que cumplan estos requisitos medioambientales. Indicador GRI FS1, FS8 y EN6.
  - Iniciativas para mitigar impactos medioambientales de los productos y servicios. Se evalúan las acciones llevadas a cabo por la entidad para reducir los impactos ambientales negativos y mejorar los positivos. Un ejemplo pueden ser medidas para implementar políticas medioambientales a través de los empleados, ya que estos juegan un importante papel en la venta de productos y servicios. GRI indicador FS4 y EN26.
  - Criterios medioambientales en la evaluación de clientes. GRI indicador FS3. Este indicador hace especial referencia a las condiciones bajo las cuales se aprovisionan de capital los clientes.
  - Control de riesgos medioambientales de clientes y en las líneas de negocios: Los impactos de los clientes pueden ser mayores que los

impactos directos de una entidad financiera, y por lo tanto la labor de la entidad en la gestión de los impactos de aquéllos es fundamental. Esto se puede materializar en la gestión de las carteras de inversiones (gestión de patrimonios) así como en la financiación. Indicador GRI FS2 y FS5

- Financiación a compañías en proyectos con componente medioambiental: Indicador especialmente destinado a revelar datos de acuerdos de financiación de proyectos inversores presentados por grandes empresas, y/o proyectos internacionales de gran envergadura y elevado impacto en ecosistemas. A estos, a través de los Principios de Ecuador, se les requiere de un análisis de riesgos previo a la concesión de la financiación. Principios de Ecuador.

Iniciativas de referencia en el ámbito medioambiental:

- IFAC – Federación Internacional de Contadores (2005) “Documento Guía Internacional sobre contabilidad de Gestión Ambiental”.
- UNDSO – División para el Desarrollo Sostenible de Naciones Unidas (2003): *Procedimientos y Principios de Contabilidad de Gestión Ambiental* (EMARIC) Centro de Investigación e Información sobre Contabilidad de Gestión Ambiental.

## 9. DETERMINANTES DE LA DRSC

El incremento de la contabilidad social y medioambiental ha atraído la atención de los investigadores en el campo de la RSC, los cuales tratan de codificar y explicar un área de la actividad de la empresa que se encuentra fuera de la contabilidad tradicional (Gray *et al.*, 2001). En relación a este punto, una de las principales preocupaciones de la investigación sobre la contabilidad social y ambiental ha sido el análisis de la relación entre las características de la empresa y el grado y calidad de la información revelada por las entidades (García-Ayuso, 2003).

De esta forma, el análisis de los determinantes de la divulgación, es un aspecto importante de la literatura sobre la RSC. Los investigadores han intentado responder a dos preguntas principalmente. En primer lugar, ¿Qué actitudes adoptan las entidades sobre la divulgación de información, tanto de forma general como específica? Esta pregunta conduce a analizar el nivel y calidad de la divulgación (pregunta planteada en el punto anterior). En segundo lugar, ¿Por qué algunas compañías divulgan más, o menos, información que otras? Esta pregunta lleva a analizar los determinantes de la divulgación. Ya que la DRSC es una actividad voluntaria, es importante conocer qué compañías revelan información sobre sus actividades sociales y ambientales, o cuáles de ellas revelan más información que otras. Así, a diferencia de la información financiera de la compañía y, como consecuencia tratarse de una información voluntaria, puede que esta dependa de una serie de determinantes que hagan que los niveles de la misma varíen de una entidad a otra.

En este sentido, a pesar de la relevancia de la información no financiera, las decisiones sobre su divulgación, tipo, nivel de detalle y momento de divulgación dependen según Seguí (2010) de las propias características de cada EE.FF.D., así como de la coyuntura del momento (económica, social, etc.), y así, estas determinan la menor o mayor revelación de información voluntaria.

A lo largo de todos los estudios realizados en materia de factores determinantes de la DRSC son varios los puntos de vista analizados, en unos casos se ha analizado las diferencias en la DRSC a nivel de entidades y en otras ocasiones se han examinado

diferencias a nivel de países. En este caso el estudio se va a centrar en el primero de los supuestos (diferencias a nivel de entidades); a nivel de entidades los estudios previos han analizado el impacto de las características corporativas en la DRSC mientras que en otros casos se ha optado por ofrecer un modelo particular que explique el nivel de RSC. El camino a seguir en el presente trabajo es el de centrarse en el conjunto de características corporativas.

Para este propósito distintas variables han sido examinadas en diversos estudios en la materia como determinantes de la DRSC; de entre las distintas maneras de categorizar los determinantes de la DRSC, para este trabajo se diseñó una clasificación adapta de otros autores en la materia (p.e. Archel, 2003) al objeto de mejorar el estudio a realizar. Esta clasificación establece cinco categorías como se observa en la tabla siguiente:

Tabla 13. Categorías de determinantes de DRSC.

Categoría	Variables
Tipo de sociedad Internacionalización	Tamaño
	Origen societario
	Grado de internacionalización de la empresa
Finanzas ( <i>“performance”</i> financiera)	Rentabilidad
Variables estructurales	Endeudamiento
	Riesgo
	Eficiencia
	Intensidad del capital
Estructura gobierno corporativo	Tamaño del consejo
	Presidente – Director general
	Independencia del consejo
	Paridad del consejo de administración
Otras	RSC en el organigrama
	Antigüedad de la entidad

Fuente: elaboración propia.

### 9.1. ESTUDIOS PREVIOS

Los trabajos previos que relacionan la cantidad y/o calidad de la información divulgada con las características empresariales exploran la relación entre la primera variable y un grupo de variables explicativas como pueden ser el tamaño de la empresa, la cotización bursátil, nacionalidad de la entidad, etc.

A nivel internacional son diversos las investigaciones que han encontrado una relación estadísticamente significativa entre el nivel de transparencia informativa y las características de la empresa como por ejemplo el tamaño de la empresa, sector industrial y país al que pertenece la empresa. A continuación se muestran los principales resultados:

- Cowen *et al.* (1987) examinaron la influencia de las características de corporativas en la DRSC en los informes anuales. Los resultados, basados en una muestra de 134 compañías estadounidenses, mostró que el tamaño de la compañía tiene un impacto significativo en la divulgación de elementos; medioambiente, energía, prácticas comerciales justas, implicación en la comunidad, pero no tiene influencia sobre la divulgación sobre RR.HH. o productos.
- Patten (1991) investiga la influencia de las dimensiones, el tipo de industria y la rentabilidad. Los resultados basados en una muestra de 128 empresas, indica que tanto el tamaño como el tipo de industria son variables significativamente explicativas, mientras que la rentabilidad no está significativamente relacionada.
- Hackson y Milne (1996) usando una muestra de las 50 mayores compañías cotizadas de Nueva Zelanda en el año 1992, examinó tres variables como determinantes de la DRSC; tamaño de la compañía, rentabilidad de la entidad y tipo de industria. Los resultados indicaron que tanto el tamaño como el tipo de industria están significativamente asociados con la cantidad de divulgación, mientras que la rentabilidad no lo está.



- Ahmad, *et al.* (2003) estudió los factores que influyen en la divulgación medioambiental en los informes anuales de las empresas cotizadas en Malasia. El trabajo empleó como variables; tamaño de la compañía, rentabilidad, apalancamiento financiero. Basándose en una muestra de 299 compañías, los resultados revelaron que la divulgación medioambiental está significativamente asociada con el grado de apalancamiento financiero.
- Brammer y Pavelin (2004) basándose en una muestra de 134 de las mayores compañías del Reino Unido, examinó la relación entre la divulgación y las características corporativas (tamaño y sector industrial) y se halló que la estrategia divulgativa está determinada por ambas variables.
- Hossain, *et al.* (2006) observaron la relación entre la divulgación social y medioambiental y distintos atributos de las compañías de Bangladesh (economía en desarrollo). Las variables empleadas para la explicación de la DRSC fueron; el tamaño, la rentabilidad y el tipo de industrial. El resultado indicó que las variables que estaban relacionadas significativamente con los niveles de divulgación son el tipo de industria y el margen de beneficio neto.
- Ho y Taylor (2007) estudiaron la influencia de las características corporativas (tamaño, rentabilidad, sector industrial, nacionalidad, apalancamiento y liquidez) tanto en los informes financieros anuales, así como en las memorias de responsabilidad emitidas de forma independiente. Los resultados, basados en una muestra de las 50 mayores compañías de EE.UU. y Japón, muestran una relación significativa y positiva entre el tamaño de la empresa y su nacionalidad con la divulgación socioambiental, y por otra parte, una relación negativa entre la rentabilidad, liquidez y sector industrial de pertenencia con la divulgación, mientras que no existe relación alguna entre el apalancamiento financiero y el nivel de divulgación.
- Branco y Rodrigues (2008) observaron los factores que influyen en la DRSC tanto en los informes anuales como en las páginas web de las compañías portuguesas cotizadas. Examinar los siguientes factores; grado de actividad

internacional, tamaño de la compañía, sector industrial, proximidad al consumidor final, sensibilidad medioambiental y presión mediática. Los resultados empíricos, basados en una muestra de 49 compañías, muestran que tan solo el tamaño de la compañía y la presión mediática está asociado de manera significativa con la DRSC, mientras que las otras variables no están asociadas.

- Monteiro y Aibar-Guzman (2009) examinan los determinantes de la divulgación medioambiental en las memorias anuales de las grandes empresas portuguesas. Los factores que examinaron fueron; el tamaño de la compañía, sector industrial, rentabilidad, cotización bursátil, propiedad extranjera y certificación medioambiental. los resultados empíricos, basados en una muestra de 109 empresas, muestran que el tamaño de la compañía y el hecho de que cotice en el mercado de valores está relacionado positivamente con la divulgación medioambiental.
- Jinfeng y Hui Feng (2009) estudiaron los factores que influyen en el nivel de información sobre protección ambiental en los informes anuales. Para ello se examinaron algunas características corporativas; tamaño, rentabilidad, sector industrial, apalancamiento financiero. Los resultados, basados en una muestra de 248 compañías chinas, muestra que el tamaño y el sector industrial están significativamente relacionados con la divulgación medioambiental en los informes anuales.

Concretamente en España los trabajos llevados a cabo para identificar los determinantes de la DRSC son diversos y los resultados ofrecidos no llegan a ser congruentes entre ellos. A continuación se destacan los más importantes.

- Carmona y Carrasco (1988) realizan uno de los primeros estudios en España con la finalidad de estudiar el contenido social y ambiental de la información hecha pública por las empresas a través de sus memorias anuales, en concreto estudia una muestra compuesta por un total de 61 empresas. Con ello elaboran un índice de contenido del cual se desprende, por un lado, la escasez de

información divulgada, y por otra parte se evidencia una falta de relación causal entre la rentabilidad de la empresa y la divulgación de información de estas características.

- Carrasco y Larrinaga (1995) algunos años más tarde retoman la investigación en este campo, esta vez la metodología empleada se basa en la realización de encuestas a un conjunto de directivos financieros pertenecientes a empresas andaluzas. El objetivo de la investigación era la evaluación de la estrategia medioambiental puesta en práctica por las compañías, las relaciones entre información interna y externa así como diversos factores empresariales como tamaño y actividad. Los principales resultados evidencian una falta de estrategia medioambiental claramente definida, así como la falta de asociación entre la información medioambiental y las características empresariales de tamaño y sector industrial.
- Moneva y Llena (1996) analizaron la forma en es divulgada la información de carácter social y ambiental, en concreto esta categorizada en función de tres áreas de responsabilidad: empleados, labor social y medio ambiente. En el estudio se incluyó una muestra de 47 empresas cotizadas en bolsa. En cuanto a la información relativa a empleados, todas ellas revelan más información de la mínima exigida legalmente. En el caso de la información medioambiental el 70% de las compañías recogen la misma. No se encuentran evidencias que relacionen el mayor volumen de divulgación de información con las características empresariales rentabilidad o pertenencia a un determinado sector empresarial.
- Moneva y Llena (2000) ampliaron el trabajo de investigación a 70 grandes empresas, en este caso, tanto cotizadas como no cotizadas, por un período de 3 años (1992-1994). La información analizada se limita al área medioambiental. El estudio detecta un aumento de la información divulgada durante el período tenido en cuenta, debido principalmente a un aumento de la presión social más que un cambio en la legislación sobre divulgación de información ambiental. A

pesar de todo no se encuentran evidencias suficientes para constatar que la rentabilidad financiera y el endeudamiento influyan en la divulgación medioambiental de la compañía.

- Archel y Lizarraga (2001) se centran en el análisis de la información medioambiental y su relación con las posibles variables explicativas tamaño, pertenencia a sectores con un potencial impacto ambiental y rentabilidad, empleando para ello una muestra de 56 empresas, abarcando el período de 1995 a 1998. Como resultado de dicha investigación se halla que estas características de las empresas son lo suficientemente significativas como para explicar el volumen de información divulgada. Por otra parte, no se encuentra ninguna relación entre la rentabilidad y la divulgación de información medioambiental.
- García-Ayuso y Larrinaga (2003) realizan mediante una muestra de 112 empresas estudio sobre la relación entre la divulgación de información medioambiental y las características de la empresa para los años 1991, 1992, 1993, 1994 y 1995, y cotizadas en la bolsa de Madrid. Los resultados muestran que el mayor índice de correlación con el nivel de información medioambiental se detecta en el tamaño entidad, a mayor tamaño mayor divulgación, así como en aquellos sectores con mayor potencial de impacto ambiental y las entidades con mayor grado de exposición a los medios de comunicación. Por el contrario, los datos sobre resultados financieros no ofrecen evidencias empíricas para pensar en una posible relación con la divulgación de información medioambiental.
- Archel (2003) analiza en esta ocasión la divulgación de información social y medioambiental en el período 1994 – 1998, utilizando como muestra 62 grandes compañías españolas pertenecientes a distintos sectores de actividad. El estudio halla como principales determinantes relacionados con una mayor divulgación tanto el tamaño de la entidad así como el sector al que pertenece la empresa. Por otra parte, no se encuentran evidencias de una posible relación

entre la divulgación de información y las variables de rentabilidad, cotización de la entidad o la nacionalidad de la misma.

- Fernández y Luna (2003) analizan la divulgación de información de responsabilidad social (empleados, acción social y medioambiente) pero como novedad frente a los estudios anteriores lo hacen a través del análisis de las páginas web corporativas. En este caso la muestra empleada abarca las 35 empresas que componen en Ibex 35. Como resultado de la investigación se encuentra que el 60 % de las compañías ofrece algún tipo de información social, principalmente de tipo cualitativo a través de su página web. Del mismo modo se encuentra que existen suficientes indicios para probar una relación entre el tamaño y la divulgación de información social, así como entre el sector de actividad y la divulgación de información medioambiental. Finalmente no se encuentra ninguna variable que sea capaz de explicar el nivel de divulgación de información sobre personal.
- Ochoa y Aranguren (2005) analizan la divulgación de información referente a las categorías de medioambiente y empleados. En total se analizan las 35 empresas que componen en Ibex 35. Se llega a la conclusión de que todas las empresas analizadas publican información sobre empleados y el 80% lo hace también sobre cuestiones medioambientales. El estudio encuentra que la divulgación de información de tipo medioambiental está relacionada con el tamaño y la pertenencia a sectores potencialmente causantes de impacto medioambiental. En cuanto a la categoría de empleados se encuentran evidencias de que el tamaño, la rentabilidad son características de las empresas que explican la revelación de este tipo de información.



*CAPÍTULO 3. DESARROLLO DE LAS HIPÓTESIS Y METODOLOGÍA DE  
ANÁLISIS*





### CAPÍTULO 3. DESARROLLO DE LAS HIPÓTESIS Y METODOLOGÍA DE ANÁLISIS

1. INTRODUCCIÓN
2. HIPÓTESIS DE INVESTIGACIÓN
2. ÁMBITO DE ESTUDIO: POBLACIÓN Y PERÍODO DE ANÁLISIS
3. ANÁLISIS DEL CONTENIDO COMO MÉTODO DE INVESTIGACIÓN
4. HERRAMIENTA DE ANÁLISIS: EL ÍNDICE DE DIVULGACIÓN DE RESPONSABILIDAD (IDR)
5. OTRAS HERRAMIENTAS DE ANÁLISIS DEL CONTENIDO
6. LIMITACIONES DEL ANÁLISIS DE CONTENIDO



## 1. INTRODUCCIÓN

Este capítulo tiene como objetivo presentar y justificar, por un lado, el conjunto de preguntas de investigación y, por otro lado, la elección tanto de los individuos de la muestra, como de las técnicas metodológicas empleadas para la realización posterior del análisis de resultados y la contrastación de las hipótesis planteadas a partir de la teoría sobre los comportamientos divulgativos de las EE.FF.D. españolas.

En el capítulo anterior se expuso el marco teórico sobre el que se sustenta el estudio de la DRSC. A partir de este se elabora en primer lugar una propuesta de hipótesis a contrastar a partir de la teoría. Para el examen de las hipótesis propuestas, se han tenido en cuenta dos modelos empíricos: el análisis de contenido y el análisis multivariante. El primero de los modelos empleados estudia y compara las prácticas divulgativas de las diferentes EE.FF.D. hacia sus grupos de interés, examinando en qué grado son atendidas las demandas informativas de estos. Se realiza para ello una comparativa a nivel de entidades así como su evolución temporal. El segundo de los modelos examina, a partir del grado de divulgación calculado en el modelo anterior, los determinantes de la DRSC en función de las características de las EE.FF.D. empleadas en la muestra. Cada uno de estos modelos empíricos incluye una serie de variables que son medidas a través de distintas herramientas<sup>51</sup>. Este capítulo, por tanto, va a tener la finalidad, por una parte, de plantear una serie de preguntas de investigación, y por otra parte, aclarar la forma en que ha sido medida la DRSC, así como exponer la técnica de análisis de los determinantes de la DRSC.

El presente trabajo de investigación introduce una serie de novedades metodológicas que tratan de evitar las limitaciones sufridas en trabajos previos. La primera de ellas consiste en el análisis, no de la cantidad de información divulgada, sino de la calidad de dicha información. En segundo lugar se realiza un estudio en conjunto y no solo

---

<sup>51</sup> La explicación de cada una de las variables referentes a contenido informativo fueron realizadas en el capítulo dos.

información social o medioambiental de forma aislada. Por otra parte, el análisis de documentos se centra en el estudio de las memorias de responsabilidad emitidas de forma autónoma de los informes anuales tradicionales, evitando controversias surgidas en trabajos previos en lo que se refiere a la medición de la DRSC.

El análisis de contenido es usado por un lado, para la medición y cuantificación del grado de DRSC en función de una serie de categorías predeterminadas<sup>52</sup> y, por otro lado, para agrupar a las distintas entidades objeto de estudio en función de sus similitudes a la hora de publicar determinadas informaciones. Por su parte, el análisis multivariante se centra en encontrar qué características de las entidades están asociadas a un mayor nivel de divulgación. Tal combinación de métodos puede garantizar la validez y fiabilidad de la investigación.

- Investigación cuantitativa

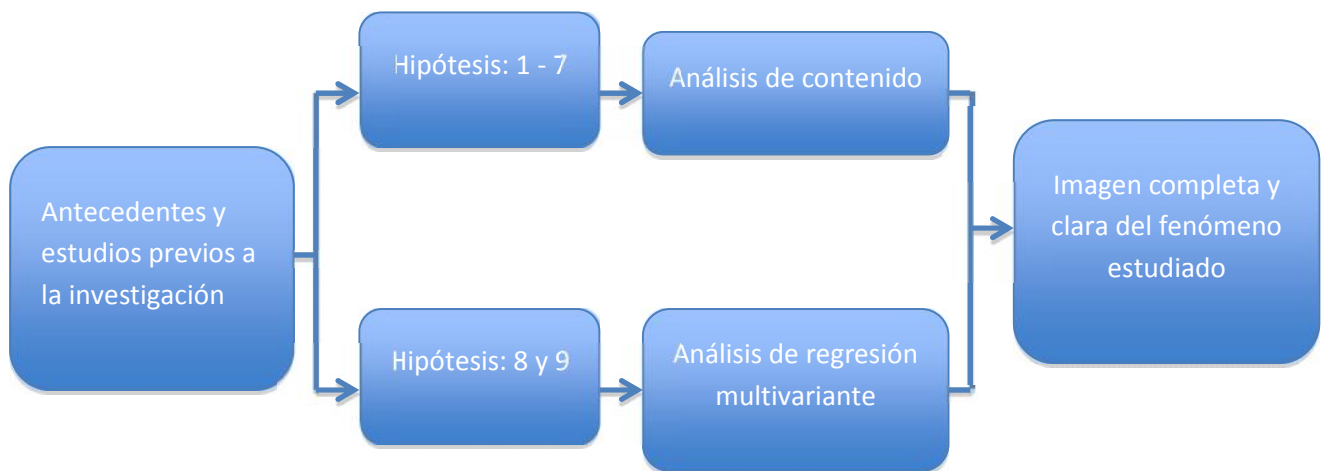
Las técnicas estadísticas enumeradas en el apartado anterior se basan en la investigación de tipo cuantitativo. Por lo general, se centra en las mediciones de datos numéricos. Su objetivo es estudiar la asociación entre una serie de variables observables entre la población objeto de estudio. Se refiere generalmente a la investigación que hace hincapié en “la medición y análisis de las relaciones causales entre variables de la investigación” (Denzin y Lincoln, 2000, p.8). Los métodos cuantitativos implican “el uso de medidas estandarizadas de modo que los diversos puntos de vista y experiencias de las personas pueden ajustarse a un número limitado de categorías de respuestas predeterminadas a las cuales se les asignan números (Patton, 1990, p.14). Con los diseños cuantitativos estándar “existe el esfuerzo para limitar el papel de las interpretaciones personales en el período que va entre el momento en que el diseño de investigación es fijado y el momento en que los datos son recogidos y analizados estadísticamente” (Stake, 1995, p.41). Esta estrategia de investigación hace hincapié en la cuantificación de la recogida y análisis de los datos; esto genera por lo tanto datos

---

<sup>52</sup> Análisis de contenido temático.

numéricos o datos que podrían ser transformados en cifras. En la siguiente figura se recoge un esquema en el que se detallan los distintos métodos de investigación empleados.

Figura 8. Métodos de investigación.



Fuente: elaboración propia.

La estructura de este capítulo continúa definiendo en el segundo apartado el ámbito espacial y temporal del estudio. En el tercer apartado se detalla cuál ha sido el proceso de medición de la calidad de la DRSC presentada en las memorias RSC. En el cuarto se detalla el proceso para la definición de los determinantes de dicha divulgación. En último lugar se lleva a cabo un comentario de los resultados alcanzados.

## 2. DESARROLLO DE HIPÓTESIS

En este capítulo se van a formular las distintas hipótesis de investigación que se pretenden validar a lo largo del trabajo. Estas preguntas se van a traducir en el planteamiento de una serie de hipótesis de contraste, que se basan en los distintos planteamientos teóricos que hemos analizado en capítulos anteriores en cuanto a divulgación en el ámbito de la información de RSC, teoría *stakeholder* y teoría de la legitimación principalmente.

En relación al ámbito divulgativo, y de la rendición de cuentas a la sociedad en particular, por parte de las entidades, se pueden formular diversas preguntas de investigación. Todas ellas serán de gran importancia para conocer, por una parte, en qué manera son atendidos los requerimientos provenientes de su entorno y cómo ha sido su evolución, y por otra parte, qué factores pueden determinar un mayor comportamiento de responsabilidad. De esta forma las preguntas de investigación se organizan de la siguiente manera:

- ¿Ofrece el modelo GRI un sistema de calificación ajustado a la realidad divulgativa de las memorias de sostenibilidad de las EE.FF.D.?

Como punto de partida para poder entender el resto de hipótesis y preguntas de investigación propuestas a lo largo del estudio, se plantea si el comportamiento divulgativo de las entidades entre sí es homogéneo, las diferencias medidas entre entidades se deben al azar, o no, estas son significativamente dierentes. Así, en principio, se entiende que el hecho de haber sido reconocidas con una misma calificación (como se aprecia en el , acredita que las entidades están suministrando una información que hasta cierto punto sea homogénea. De este modo se define la siguiente hipótesis:

*H0: No existen diferencias divulgativas entre la información revelada por las EE.FF.D. en sus memorias, siendo su grado de transparencia homogéneo.*

- ¿Qué temas de RSC son más importantes en la estrategia corporativa de las EE.FF.D.?

Si con la pregunta anterior se tratan de analizar diferencias generales entre entidades, ahora de lo que se trata es evaluar la importancia otorgada a los distintos contenidos informativos por parte de las entidades. Esta va a ser medida en relación al menor o mayor nivel de divulgación de contenidos. Para ello se van a formular una serie de hipótesis basadas en estudios previos que tratan de revelar las tendencias divulgativas sobre los distintos temas que abarca la información del ámbito social y ambiental.

Los temas que incluye la responsabilidad social pueden interpretarse en una doble dimensión; por una parte, atendiendo a los grupos de interés sobre los cuales se informa; y por otra, en relación a la naturaleza interna o externa de las actividades realizadas.

En relación a la información suministrada sobre los distintos grupos de interés, los trabajos previos nos ofrecen diferentes aportaciones:

Según Ruiz *et al.* (2009) el grupo de clientes y empleados están mayormente incorporados a la gestión de la RSC de las EE.FF.D. por su relación directa con la actividad comercial de las entidades, mientras que aunque la información sobre “sociedad” está aumentando, queda lejos de las primeras y sobre “medioambiente” se informa de manera minoritaria (Castelo y Lima, 2006 y Aranguren y Martínez, 2012). Asimismo, se espera que esta mayor incorporación de los grupos de interés con relación directa con la actividad de la entidad (clientes y empleados) se vea reflejada en una mayor atención a los temas relacionados con estos grupos en las memorias RSC, sobre aquellos grupos de interés sin una vinculación directa con la actividad propia de la entidad.

Hamid (2004), en su análisis del sector bancario, llega a la conclusión de que la información más revelada es aquella relacionada con clientes y productos.

El importante papel que juega el empleado en el devenir de la empresa, como parte visible y más cercana al cliente, más si cabe en el sector servicios y en él, el financiero en particular, hace que el servicio prestado al cliente sea fundamental. En particular la empresa cuidará de aspectos tales como la motivación, la formación o la salud del empleado entre otros. En este sentido se sitúan los trabajos de Zeghal y Ahmed (1990) y Aranguren (2008) de los cuales señalan como principales contenidos divulgados por parte de las EE.FF.D. aquellos relacionados con sus empleados.

Autores como Clarke y Gibson-Sweet (1999); Castelo y Lima (2006) y Aranguren y Martínez, (2012) afirman en sus trabajos que el elevado grado de visibilidad social que presentan las EE.FF.D., hace que estas traten de ofrecer una imagen positiva mediante la emisión de información sobre los impactos de su actividad. En concreto, esta visibilidad se hace palpable en relación a los consumidores finales<sup>53</sup> por lo que tendrían una mayor motivación para divulgar información en relación a contenidos sobre la comunidad y sobre sus clientes. En particular, con la divulgación sobre comunidad se trata de justificar su actividad y presencia en esta; mientras que en relación a los clientes se trata de atraer y mantener satisfechos a los mismos. Es por ello que, unido a la tradicional concepción de sector con bajo impacto ambiental, se divulgue más información sobre contenidos relativos a la comunidad y sobre clientes que sobre medioambiente.

Así se puede formular:

*H1: La información relativa a “empleados” tiene un mejor nivel de divulgación que los contenidos de información referentes a grupos de interés con relación indirecta con la entidad.*

---

<sup>53</sup> De este modo, los sectores económicos con elevado impacto medioambiental tienen una mayor motivación para divulgar información medioambiental.



*H2: La información relativa a “clientes” tiene un mejor nivel de divulgación que sobre los contenidos de información referentes a grupos de interés con relación indirecta con la entidad.*

Haciendo referencia concreta a los grupos de interés con relación indirecta con la entidad (comunidad y medioambiente) se encuentran diversas referencias acerca de las tendencias divulgativas en la literatura previa.

Autores como Clarke y Gibson-Sweet (1999) y Castelo y Lima (2006) afirman en sus trabajos que el elevado grado de visibilidad social que presentan las EE.FF. hace que estas presten mayor atención a la divulgación de contenidos sobre la comunidad que a contenidos medioambientales. Sin embargo, otros trabajos recientes como el de Vázquez y Cordero (2007) consideran, tras analizar la información emitida por empresas del Ibex 35, que cuando se proporciona información sobre impactos en el entorno, la información suele estar restringida a impactos medioambientales y no a los sociales, que quedan notablemente infravalorados. En nuestra opinión, la concienciación por los temas medioambientales, así como el mayor desarrollo y facilidad de contabilización cuantificación de estos hace que la información referente a medioambiente tenga un mayor protagonismo sobre los contenidos de carácter social.

*H3: La revelación de información sobre medioambiente es más extensa que la información sobre impactos en la comunidad.*

Por otra parte, en la literatura sobre la RSC en el sector financiero (por ejemplo, Cuesta, 2004 y Larrache, 2009), se hace una mención especial sobre la importancia clave del sector y su potencial en términos de RSC debido a sus implicaciones como intermediario financiero y de concesión de créditos. De esta manera, las entidades no deben limitarse al ámbito interno de la entidad sino que la RSC debe trasladarse a toda la cadena de valor, aplicando filtros y análisis de riesgos, sociales y ambientales a las actividades financiadas o participadas por las entidades. Por lo tanto, se puede considerar que una mayor atención informativa en los ámbitos externos de responsabilidad en relación con

los internos puede poner de manifiesto un mayor compromiso con su entorno. Asimismo, una visión de la RSC apoyada en el ámbito interno de la actividad de las entidades se identifica con una visión “limitada” de responsabilidad; mientras que, si la responsabilidad se centra en los impactos indirectos de la misma, las entidades habrán adquirido una visión “profunda” del significado de responsabilidad. Sin embargo, en vista de los acontecimientos acaecidos en los últimos años hace suponer que este planteamiento de responsabilidad externa no ha sido suficiente intenso, y que las entidades siguen planteando la responsabilidad más como un elemento de la dimensión interna de sus actividades, como por ejemplo la filantropía corporativa o el control del impacto ambiental de las oficinas. En nuestra opinión, un verdadero compromiso con la sociedad debe verse reflejado no tanto en la repercusión interna de las actividades de las entidades, sino en su labor de manera indirecta como intermediarias financieras. A pesar de ello, las circunstancias actuales de la economía y del sector nos hacen pensar que las entidades dan, todavía hoy, más protagonismo a la vertiente interna de su actividad.

Así, se formula la siguiente hipótesis:

*H4: Las EE.FF.D. otorgan más importancia al ámbito interno de responsabilidad que a su responsabilidad externa como intermediario financiero.*

A continuación se resumen los principales resultados observados en la literatura previa sobre cuáles son las tendencias divulgativas en RSC más importantes identificadas en el sector financiero.

Tabla 14. Principales *stakeholder* y tendencia divulgativa.

Criterio	Autor	Tendencia divulgativa principal
Grupos de interés (directos / indirectos)	Castelo y Lima (2006); Ruiz <i>et al.</i> (2009) y Aranguren y Gómez (2012)	Clientes y empleados (Grupos de interés con relación directa)
	Hamid (2004)	Clientes
	Zeghal y Ahmed (1990) y Aranguren (2008)	Empleados
	Clarke y Gibson-Sweet (1999) y Castelo y Lima (2006)	Clientes y comunidad
	Vázquez y Cordero (2007)	Medioambiente
Naturaleza de la información (interna / externa)	Cuesta (2004)	Ámbito interno

Fuente: elaboración propia.

- ¿Ha evolucionado el concepto de RSC a lo largo del tiempo?

Partiendo de la idea de RSC como un concepto dinámico, aún no asentado y evolutivo que se adapta a las características de su entorno, se pretende a través de esta pregunta ir un paso más allá en la investigación sobre los temas de RSC que más preocupan a las entidades en su estrategia corporativa, añadiendo un análisis dinámico del fenómeno, que permita obtener una visión más completa del mismo. Esto se realiza mediante la observación de la evolución de la DRSC a lo largo del tiempo.

Este tipo de análisis cobra una especial importancia por el período de tiempo que el estudio abarca, desde que se iniciara la crisis económica, que arranca en 2007, y continuando en la actualidad. De esta manera se pretende describir y comprobar si las EE.FF.D. han adaptado su comportamiento responsable con respecto a los nuevos desafíos y retos surgidos. Así, en tiempos de crisis la imagen de RSC ofrecida por las entidades será de importancia de cara a obtener la aprobación por parte de la sociedad (Dean, 2004). Dicha imagen se consigue a través de la comunicación al exterior de las actividades de responsabilidad realizadas.

De esta forma se pueden plantear dos cuestiones que desarrollan la pregunta principal: ¿Cómo ha evolucionado la calidad de la información divulgada?, ¿son homogéneos los contenidos de RSC con el paso de los años?

Como se ha visto en la revisión bibliográfica sobre RSC, este no es un concepto estático e invariable, sino que se trata más bien de un concepto relativo que se adapta tanto a las circunstancias espaciales, del entorno concreto en el cual se desenvuelve la empresa, y a las circunstancias internas propias de cada una de ellas; así también se adapta a las circunstancias temporales teniendo en consideración las tendencias de las expectativas sociales que van surgiendo a lo largo del tiempo sobre cómo debe responder una entidad a su entorno. Para Guthrie y Parker (1990) existe un crecimiento a lo largo del tiempo sobre el nivel de información divulgada en respuesta a un creciente interés por la DRSC por parte del entorno de la empresa. Diversos estudios han documentado el incremento de la revelación de información de carácter responsable desde finales de la década de los años ochenta, tanto en cantidad como en la calidad; en Australia (Deegan y Gordon, 1996), España (Moneva y Llena, 2000; Archel y Lizarraga, 2001; García-Ayuso y Larrinaga, 2003; Aranguren, 2008) o Reino Unido (Gray *et al.*, 1995). En el caso concreto del sector financiero español Cuesta (2006) afirma que la actitud de las entidades se ha ido modificando a lo largo del tiempo, mostrando estas una mayor preocupación por un mayor nivel de transparencia y una mejora en los sistemas de gestión de la responsabilidad social. Por lo tanto, se espera que los niveles de divulgación se incrementen de una manera significativa con el paso de los años.

Por lo tanto se puede formular la siguiente hipótesis de contraste:

*H5: Se han producido aumentos significativos en los niveles de transparencia informativa de los contenidos divulgados a lo largo de los últimos años*

Por otra parte, derivada de la hipótesis anterior, se puede afirmar que la actividad divulgativa de las EE.FF.D. ha evolucionado y se orienta preferentemente hacia temas del ámbito social, en relación a los contenidos de carácter medioambiental. Esto se debe

en gran parte a las dificultades económicas por las que atraviesan los ciudadanos, los cuales, dan más valor a los asuntos sociales frente a los medioambientales (memoria de RSC BBVA, 2009).

De este modo se afirma que:

*H5.1: Se ha producido un aumento del protagonismo divulgativo de la información sobre la comunidad en relación a los contenidos medioambientales en los últimos años.*

En relación a las dimensiones del impacto de la actividad bancaria, otros autores como Muñoz, *et al.* (2004) afirma que el nivel de RSC externa es elevado y la preocupación por estos impactos es creciente en el tiempo; asimismo, las entidades divulgarán más información para contentar las exigencias provenientes de los grupos de interés que demandan una mayor sostenibilidad y control sobre su actividad intermediadora y de inversión. En este sentido se formula la siguiente hipótesis:

*H6: La transparencia informativa acerca de los impactos externos de la actividad intermediadora y de inversión de las entidades es mayor con el paso del tiempo.*

- ¿Existen distintos perfiles de entidades atendiendo a la integración en la estrategia de RSC?

Como continuación de la pregunta anterior, mediante la cual se determinaba cuál es la postura del conjunto de las EE.FF.D. sobre la RSC y por lo tanto qué contenidos son más o menos divulgados, se va a tratar de identificar, por un lado, diferentes perfiles de comportamiento por parte de las EE.FF.D., intentando identificar y caracterizar grupos de entidades con preocupaciones y posturas similares a la hora de enfocar la RSC y, por otro lado, caracterizar cada uno de estos conjuntos. De este modo, se considera que en función del grado de divulgación sobre RSC existirán grupos de entidades que concedan una mayor o menor importancia a cada uno de los grupos de interés.

Partimos de resultados alcanzados en la literatura previa que han tratado de tipificar bajo diferentes aproximaciones los comportamientos divulgativos en sostenibilidad de las EE.FF.D. españolas como son Capó (2010) y Seguí, (2010) y que se resumen en la siguiente tabla:

Tabla 15. Principales trabajos sobre caracterización RSC de EE.FF.D.

Autor y año	Ámbito estudio	Categorías de contenido	Resultados
Capó, 2010	CC.AA. españolas	Sistemas de información RS Sistema gestión y control RS Relaciones con los <i>stakeholders</i> Aspectos sociales / medioambientales	CC.AA. con Integración alta de la RS CC.AA. con Integración media de la RS CC.AA. con Integración baja de la RS
Seguí, 2010	Conjunto EE.FF.D. españolas	Sociedad Medioambiente AA.PP. Proveedores Clientes Empleados Accionistas	EE.FF.D. con responsabilidad centrada en Empleados EE.FF.D. con responsabilidad centrada en la Sociedad EE.FF.D. con responsabilidad centrada en la Regulación y Normativa

Fuente: elaboración propia.

Por tanto, mientras que unos autores ponen el énfasis en identificar grupos de entidades con comportamientos divulgativos homogéneos en función del nivel de información global ofrecida sobre los distintos contenidos temáticos (Capó, 2010), otros realizan una tipificación atendiendo a las categorías de contenido sobre las cuales se destaca sobre los demás (Seguí, 2010).

*H7: Existen diferencias significativas entre las EE.FF.D. que permiten definir distintos perfiles de entidades con una conducta similar en función del grado de divulgación de RSC, según los grupos de interés sobre los que exista una mayor sensibilidad y mayor atención por parte de las EE.FF.D.*

- Determinantes de la divulgación de RSC

En esta etapa del estudio se pretenden analizar los factores que condicionan e influyen en el grado de transparencia informativa emitida por parte de las EE.FF.D.<sup>54</sup> que forman parte de la población del estudio. Este análisis, como se vio en la teoría, se basa en el enfoque centrado en las características de la empresa como factores determinantes de la RSC de las entidades.

Se puede afirmar, siguiendo a autores como Hassan (2010) que estos determinantes de la revelación de información social son aquellos factores que están relacionados por una parte con la presión social ejercida sobre las entidades, así como con la respuesta de las compañías a las demandas de su entorno; de este modo se puede establecer una diferenciación entre dos tipos de factores.

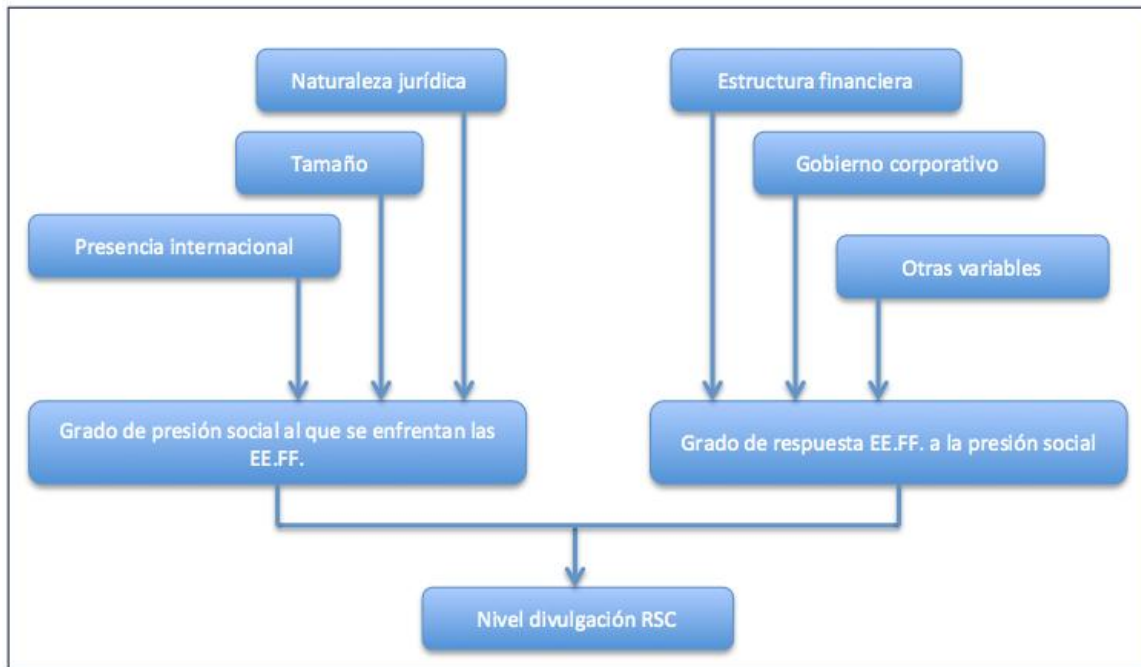
- Factores que determinan el grado de presión social al que se enfrentan las EE.FF. Estos factores incluyen la naturaleza jurídica, el tamaño y la presencia internacional.
- Factores que pueden determinar el grado de respuesta de las entidades a la presión social. Estos factores incluyen variables estructurales (medidas de rentabilidad, estructura de activo y pasivo y morosidad), estructura de gobierno corporativo y otras variables (departamento RSC, experiencia, financiación estatal y empresa auditora).

En la siguiente ilustración se presenta el marco teórico de la relación entre características de entidades y el grado de DRSC.

---

<sup>54</sup> Estos estudios se encuentran enfocados principalmente a los aspectos medioambientales de las empresas, a pesar de ello, como indica Gómez (2007), aunque las cuestiones medioambientales, poseen una naturaleza diferente de los elementos sociales, los marcos teóricos que se desarrollan son válidos para ambas dimensiones de la RSC.

Figura 9. Marco teórico de los determinantes de la revelación de información social.



Fuente: elaboración propia a partir de Hassan, 2010.

De acuerdo con el marco teórico, se pueden enunciar dos hipótesis generales para los determinantes de RSC:

Hipótesis general 8: las características de las entidades y la presión social sobre las entidades determinan el grado de presión social al que se enfrentan las entidades y, por tanto, determinan el nivel de transparencia informativa de RSC.

Hipótesis general 9: a partir de la estructura financiera, las prácticas de gobierno corporativo y otras características, las entidades dan respuesta ante la demanda de niveles mayores de respuesta informativa y, en consecuencia influirán en el grado de divulgación social.

A partir de estas hipótesis principales se pueden formular una serie de sub-hipótesis. A continuación se describen las principales variables tenidas en cuenta en el trabajo así como la formulación de la sub-hipótesis correspondientes a cada una de ellas.



### Naturaleza jurídica y nivel de divulgación

A pesar del proceso de reestructuración del sector que ha llevado a la “bancarización” de la mayor parte de CC.AA. operantes en el sector, de alguna manera, consideramos que su origen social sigue vigente e influye aun en la forma de afrontar las demandas sociales.

En cuanto a la naturaleza jurídica de la entidad, diversos estudios apuntan a que las EE.FF.D. pertenecientes al tercer sector (Cajas de Ahorros y Cooperativas de Crédito) no solo muestran una mayor afección por temas sociales, Ruiz *et al.* (2009) sino que van a la vanguardia en la integración de la RSC asumiéndola en su razón de ser (Quintas, 2006). Se afirma además que las cajas de ahorros han sido pioneras frente a los bancos en este tipo de respuesta ya que han tenido desde su origen dicho compromiso social en la definición de su misión e inscrita en sus principios fundacionales; especialmente en lo referente a la categoría de información “Comunidad”, ya que en esta se encuentra la génesis de la responsabilidad en estas entidades. Lo que se pretende es comprobar si en el terreno de la DRSC se muestra alguna evidencia que demuestre esta afirmación.

Por otra parte, un amplio número de autores como Forker, 1992; Wang y Dewhirst, 1992; Chen y Jaggi, 2000; Ho y Wong, 2001; Leung y Horwitz, 2004; Webb, 2004; Ajinkya *et al.*, 2005; Barako *et al.*, 2006 y Kent y Steward, 2008 consideran que el motivo por el cual la preocupación de las entidades de origen social hacia temas de sostenibilidad es mayor, reside en la estructura plural propia de los consejos de administración de estas entidades, formadas en su mayoría por consejeros independientes. Esto hace que otra serie de cuestiones obtengan respuesta en la toma de decisiones de estas entidades más allá de las propias del accionariado y propietarios de las entidades (como así ocurren en los bancos). Sin embargo, otros como Eng y Mak (2003), encuentran una relación negativa.

Cuesta *et al.* (2006) afirman que a pesar del desarrollo en los últimos años del fenómeno de la RSC, existen niveles muy diferentes tanto en la cantidad como en la calidad de la

información suministrada y con niveles muy diferentes en el desarrollo de la información entre las EE.FF. Otras investigaciones más recientes (por ejemplo, Rodríguez-Parada y Cabaleiro, 2007 y Seguí, 2010), señalan que no se encuentran evidencias de una relación entre la forma societaria y el compromiso social asumido, si bien estas mismas fuentes señalan que existen formas jurídicas más apropiadas que otras para difundir el mensaje de sostenibilidad.

Para medir la relación entre la naturaleza jurídica de la entidad y el nivel de información divulgada, se interpreta la naturaleza jurídica como una variable dicotómica que toma el valor 0 en el caso de que la entidad sea un banco y 1 si se trata de una CC.AA. o CC.CC. De este modo se formula la siguiente hipótesis.

*H8.1: Las entidades con origen social presentan niveles de divulgación superiores a la banca.*

#### Relación entre tamaño y nivel de divulgación

En referencia al tamaño de la empresa, se ha hallado un importante número de trabajos en los que las dimensiones de esta influyen significativamente en la cantidad de información de RSC divulgada por las compañías, Levy y Shatto, 1980; Trotman y Bradley, 1981; Cho y Wong-Boren, 1987; Belkaoui y Karpik, 1989; Patten, 1991; Adams *et al.*, 1995 y 1998; Deegan y Gordon, 1996; Hackson y Milne 1996; Pava y Krausz, 1996; Pinkstone y Carroll, 1996; Craven y Marston, 1999; Archel y Lizarraga, 2001; Gray *et al.*, 2001; Fernández y Luna, 2003; Cormier *et al.*, 2004; Hamid, 2004; Barako *et al.*, 2006; Bonsón y Escobar, 2006; García-Sánchez, 2008; Stanny y Ely, 2008 y Da Silva y Aibar, 2011. A pesar de todos los estudios anteriores, los datos no llegan a ser concluyentes, ya que otros trabajos como los de Singh y Ahuja, 1983 y Roberts, 1992, presentan resultados dispares, no encontrando relación entre las variables. Más allá de estos estudios centrados solo en la divulgación sobre medioambiente, Cowen *et al.* (1987) analiza otros contenidos temáticos encontrando que la relación solo se da en ciertas áreas de responsabilidad (comunidad y medioambiente, principalmente).

Los motivos por los cuales esta relación es más significativa en empresas con mayor tamaño son variadas:

- Un primer motivo para justificar esta relación es la existencia de un mayor interés por parte de los intermediarios financieros por la compañía (Lang y Lundholm, 1993); esto se traduce en que los analistas fijan el foco de atención en aquellas entidades de mayores dimensiones.
- Desde la teoría de la legitimidad (Lindholm, 1994; Deegan y Gordon, 1996 y Hackston y Milne, 1996) se explica que un mayor tamaño puede condicionar una mayor divulgación de información sobre la actividad social de las entidades, ya que estas son observadas más de cerca al estar sometidas a las presiones del público, mostrándose más sensibles a estas (Firth, 1979); por lo que se puede esperar que divulguen más información con el fin de proyectar una imagen de empresa responsable y legitimar así su actuación frente a la sociedad.
- Por otra parte, las grandes entidades en comparación con las pequeñas, se encuentran más motivadas para revelar más información al contar con grupos de interés más numerosos que requieren, en palabras de Jaggi y Low (2000), una información más amplia y detallada.
- Singhvi y Desai (1971) y Buzby (1975) destacan que las grandes compañías poseen una mayor variedad de productos y cadenas de distribución más complejas que las pequeñas, lo que precisa de sistemas de información más complejos.
- Las grandes empresas, requieren de un mayor uso del mercado de capitales para la obtención de recursos ajenos, esto va a requerir tener mejor informado al mercado, en este sentido Wallace y Naser (1995) sostienen que los *stakeholders* de las grandes empresas incrementan la demanda de información de sus actividades.

- Otro argumento sería el menor riesgo de perder posición competitiva (Dye, 1985); por esta razón, el de las empresas pequeñas es mayor, ya que no poseen los recursos necesarios para recabar y divulgar un amplio volumen de información.

Visto el importante número de argumentos a favor de la relación directa entre revelación de información y tamaño es, en palabras de García-Sánchez (2008), la variable que muestra el mayor grado de consistencia en la explicación de los factores determinantes del perfil divulgativo de las entidades. De este modo se formula la hipótesis siguiente, que contrasta si existe una relación positiva entre la divulgación de información (Clientes, Comunidad, Empleados y Medioambiente) y el tamaño de la empresa:

*H8.2: Un mayor tamaño de la entidad está positivamente asociado con un mayor nivel de revelación de información de responsabilidad.*

En cuanto a las magnitudes empleadas para la medición de la relación entre dimensión de la entidad y el nivel de información divulgada, se encuentran en la literatura distintos ejemplos de variables usadas sin que exista, según Hackston y Milne (1996), ningún fundamento teórico que justifique el empleo de una medida particular. Archel y Lizarraga (2001) y Ochoa y Aranguren (2005) afirman que las medidas de tamaño más habituales han sido el número de empleados, los activos totales, la cifra de negocio y el valor de la capitalización bursátil. En este caso, se empleó como variable representativa del tamaño el “volumen de depósitos de ha empleado como variables representativa del tamaño el “volumen de depósitos de clientes en la entidad” con la finalidad de adaptar el estudio al caso concreto de las EE.FF.D.

### Relación entre presencia internacional y el nivel de divulgación

La internacionalización de las entidades supone un aspecto que se ha tenido en cuenta a la hora de tratar de explicar los determinantes de divulgación de información en la literatura previa; esta se ha estudiado principalmente en el ámbito de la información financiera (Singvi y Desai, 1971; Firth, 1979; Cooke, 1989 y Giner-Inchausti, 1997). En concreto, trabajos como los de Zarzeski (1996) y Raffournier (1995) han demostrado la existencia de una relación positiva entre el nivel de internacionalización (medido sobre el nivel de ventas extranjeras) y los niveles de divulgación, aunque también existen otros trabajos que no identifican relaciones significativas (Adams y Hossain, 1998).

La información en entidades internacionalizadas es de enorme trascendencia debido a la gran presión a la que se encuentran sometidas estas debido a su mayor nivel de riesgo e incertidumbre (García y Sánchez, 2006). De este modo, estas entidades tienden a divulgar una mayor cantidad de información con el fin de mejorar su situación competitiva, ganando cuota de mercado y mejorando su imagen pública.

La hipótesis que se formula es la siguiente:

*H8.3: La internacionalización se encuentra positivamente relacionada con una mayor calidad de la información RSC.*

En este estudio, la presencia internacional se mide mediante una variable dicotómica que representa la presencia o no fuera de España de la entidad, para ello se usa como referencia las “oficinas” tomando el valor 1 para el caso de que la entidad tenga abiertas oficinas fuera de España y 0 para el caso de que la entidad tuviera establecidas todas sus oficinas en territorio nacional.

### Relación entre las finanzas y el nivel de divulgación

Otra de las hipótesis a contrastar es la posible influencia de la posición financiera de la entidad a la hora de divulgar información responsable. Según apuntan Pava y Krausz (1996), las firmas que muestran mayores criterios de responsabilidad social, muestran similares, si no mejores, indicadores financieros que el resto de entidades. Asimismo son diversos los aspectos financieros de la empresa destacando la rentabilidad, el endeudamiento o el riesgo.

### Relación entre Rentabilidad y nivel de divulgación.

Abundantes estudios realizados han encontrado evidencia empírica de la existencia de una relación positiva entre la rentabilidad ó “*performance*” y la extensión de la divulgación de información (por ejemplo Cowen *et al.*, 1987; Belkaoui y Karpik, 1989; Patten, 1991; Robert, 1992; Lewis, 1995; Mangos y Lewis 1995; Frooman, 1997; Griffin y Mahon, 1997; Key y Popkin, 1998; Cormier y Magnan, 1999; Li y McConomy, 1999; Gray *et al.*, 2001; Fernández y Luna, 2003; García-Ayuso y Larrinaga, 2003; Doukadis *et al.*, 2005; Haiffa y Cooke, 2005 y *et al.* mou-Doukakis, 2005 y Parsa y Deng, 2008).

Entre los motivos que pueden explicar esta relación se encuentran

- De acuerdo con Giner-Inchausti (1997), las entidades que consigan alcanzar mayor rentabilidad harán un mejor uso de la información con el fin de obtener ventajas competitivas, mientras que las empresas con un reducido desempeño revelarán menos información. Los investigadores que apoyan este punto de vista identifican una reacción positiva del mercado al anuncio de información social (Parsa y Deng, 2008). De tal forma, la rentabilidad del negocio es visto como un factor que lleva a las entidades a revelar más programas de responsabilidad social. En otras palabras, las EE.FF.D. emplean la divulgación de información responsable para diferenciarse del resto, de este modo transmitiendo información favorable a sus inversores pueden conseguir que aumente la

demanda de los valores de la compañía y reducir su coste (Dye, 1985; Gelb y Strawser, 2001).

- Por otra parte, Lev y Penman (1990) y Lang y Lundholm (1993) afirman que los responsables de las entidades tendrían motivaciones para revelar información que trate de justificar tanto la viabilidad del negocio así como sus propias remuneraciones. Así se evita que la falta de información se interprete como una “mala noticia”, lo que repercute negativamente en este propósito.

Sin embargo, al igual que en el caso anterior las investigaciones no llegan a ser concluyentes debido a la existencia de trabajos que discrepan de la existencia de una relación entre el nivel de divulgación de este tipo de información y las variables explicativas de la rentabilidad empresarial: Patten, 1991; Lang y Lundholm, 1993; Hackston y Milne, 1996; Moneva y Llena, 1996; Choi, 1999; Purushothaman *et al.*, 2000; Archel y Lizarraga, 2001; Archel, 2003; García-Ayuso y Larrinaga, 2003; Brammer y Pavelin, 2008 y Stanny y Ely, 2008. Así como otro grupo de trabajos, si bien menos numeroso que el anterior, encuentran una relación negativa entre *performance* financiera y social; entre estos últimos y de forma más reciente se encuentran: Hill *et al.* (1991) y Wright y Ferris (1997).

A continuación se define la hipótesis a contrastar:

*H9.1: Existe una relación positiva entre el nivel de divulgación de información de responsabilidad y la “performance” financiera de las compañías.*

A pesar de las diferentes formas de medir la rentabilidad, los indicadores más empleados (por ejemplo, Archel y Lizarraga, 2001 y Da Silva y Aibar, 2011) son la rentabilidad financiera, la rentabilidad de los recursos generados y la rentabilidad del activo.

Las principales medidas financieras a emplear para este trabajo son dos, como recoge el cuadro siguiente:

Tabla 16. Indicadores de rentabilidad.

Medida financiera	Ratio
Rentabilidad de los fondos propios o rentabilidad financiera (ROE)	$\frac{\text{Beneficio NetNeto}}{\text{Patrimonio NetNeto}}$
Rentabilidad del activo (ROA)	$\frac{\text{Beneficio antes de intereses e impuestos}}{\text{Activo Total}}$

Fuente: elaboración propia.

### Endeudamiento

Un gran número de trabajos coinciden al afirmar que un mayor grado de endeudamiento condiciona una mayor divulgación de información social (Waddock y Graves, 1997; Moore, 2001; López *et al.*, 2007 y Nelling y Webb, 2009). Según Roberts (1992), el motivo por el cual se analiza el nivel de endeudamiento de una entidad es debido a que para acceder al crédito las empresas necesitan cumplir con las expectativas de los acreedores respecto a las actividades de RSC llevadas a cabo; así, las empresas con mayores niveles de endeudamiento se encuentran bajo un mayor escrutinio por parte de sus acreedores, es por ello que las empresas revelarán mayor información (Jaggi y Low, 2000; Oyelere *et al.*, 2003).

Sin embargo, esta afirmación no llega a ser concluyente, existiendo una gran parte de estudios que ponen de relieve la ausencia de relación o una asociación significativa pero de signo contrario (Cho y Wong-Boren, 1987; McKinnon y Dalimunthe, 1993; Hossain *et al.*, 1994; Archel y Lizarraga, 2001; Ho y Wong, 2001; Moore, 2001; Ferguson *et al.*, 2002; Nelling y Webb, 2009). Estos resultados pueden ser explicados debido, como apuntan Healey y Palepu (1995) y Baiman y Verrechia (1996) a que un mayor endeudamiento desincentiva a los gestores a publicar información de manera voluntaria. A continuación se define la hipótesis a contrastar:



H9.2: *Existe una relación positiva entre el nivel de divulgación de información de responsabilidad y el grado de endeudamiento de las entidades.*

El endeudamiento es medido en la mayoría de estudios como pasivo exigible sobre el total de activos ó como pasivo exigible entre patrimonio neto, en este caso se emplea el siguiente ratio:

$$\text{Endeudamiento} = \frac{\text{Deuda Total}}{\text{Pasivo Total}}$$

### Morosidad

El impacto que pueda tener el nivel de mora de una entidad en la divulgación de información no ha sido tenido en cuenta aún en este ámbito de estudio de la RSC. A pesar de ello este indicador, que ofrece una visión sobre el conjunto de créditos impagados por los deudores de la entidad, ofrece una oportunidad para enriquecer el estudio sobre los determinantes de la RSC. Rodríguez-Parada y Cabaleiro (2007) argumenta que las tasas de morosidad son más reducidas en la banca alternativa<sup>55</sup>, lo que pone de manifiesto a priori la existencia de una posible relación con el grado de compromiso con la sociedad; por otra parte Castro y Romero (2011) afirman que la falta de interiorización de los riesgos de crédito por parte de las entidades y la laxitud en su control por parte de estas tiene consecuencias en el incremento de los impagos. Por lo tanto, se puede afirmar que la falta de responsabilidad está asociada a un aumento de los niveles de morosidad; esto a su vez puede traducirse en que mayores niveles de morosidad determinen menores niveles de divulgación de información de responsabilidad, ya que de acuerdo a Adams (2002) y Deegan *et al.* (2002) las entidades no van a encontrar motivación para informar de estas prácticas, puesto que supondría transmitir una imagen al exterior que no se corresponde con las expectativas de la sociedad. Esto lleva a plantear la siguiente hipótesis de investigación:

---

<sup>55</sup> También denominada “banca ética” o “banca sostenible”

H9.3: *El nivel de morosidad sobre los créditos concedidos por las entidades está relacionado de manera inversa con la divulgación de información de RSC.*

Para medir el riesgo de impago de un crédito se va a emplear el ratio de morosidad, el cual se define de la siguiente manera:

$$\text{Morosidad} = \frac{\text{Créditos dudosos}}{\text{Cartera de créditos}}$$

### Eficiencia

Un elemento de la actividad de las EE.FF.D. muy tenido en cuenta de manera recurrente por todas ellas es el grado de eficiencia o, dicho de otro modo, la proporción entre el beneficio y la cantidad de recursos necesarios para alcanzarlo. Esta mide la relación existente entre “los costes de transformación” (salarios, tecnología, alquileres, suministros, gastos administrativos, etc.) y el “margen ordinario” (ingresos financieros netos más comisiones de intermediación)<sup>56</sup>, de este modo se entiende que una entidad será más eficiente cuando genere el mismo beneficio con menos recursos.

Existe la posibilidad de una relación entre la eficiencia económica de las entidades y la RSC. A pesar de que ha sido estudiada en menor medida en la literatura previa de RSC como determinante de la misma, autores como Pilat (2005) consideran que existen multitud de vínculos entre la RSC y la eficiencia. Entre ellos se puede considerar que las entidades que son más eficaces en la obtención de beneficios pueden encontrarse en mejor situación para divulgar un mayor nivel de información, puesto que el mantenimiento de un comportamiento más eficiente lleva a poder desarrollar en mayor medida la RSC en la entidad. Así la hipótesis que se formula es la siguiente:

H9.4: *El grado de eficiencia de una entidad se encuentra directamente relacionado con el nivel de divulgación de RSC.*

---

<sup>56</sup> <http://www.banca15.com>

A su vez, esta variable se mide a través del ratio de eficiencia, el cual relaciona los costes de explotación (todos aquellos necesarios para generar los ingresos como son gastos de personal o gastos administrativos) y el conjunto de ingresos obtenidos por la entidad. De este modo interesa que este ratio sea lo más reducido posible ya que se interpreta que será necesaria una menor cantidad de recursos para obtener los mismos ingresos. De esta manera se tiene que:

$$\text{Ratio de eficiencia} = \frac{\text{Costes de explotación}}{\text{Ingresos}}$$

#### Intensidad del capital

De acuerdo con la teoría de la agencia, aquellas entidades con mayores niveles de inversión en activos no corrientes soportan menores costes de agencia (Myers, 1977) y, en consecuencia, tendrán menos incentivos para ser transparentes informativamente. Esta afirmación se ha corroborado empíricamente en los trabajos de Haniffa y Cooke (2002) y Gandía y Andrés (2005). Por tanto, la hipótesis que se plantea es la siguiente:

*H9.5: Existe una relación negativa entre la proporción de activos no corrientes de una entidad y los índices divulgativos propuestos.*

Con el fin de poder medir la intensidad de capital se ha empleado el ratio de estructura del activo, el cual mide la relación entre el activo no corriente y el activo total de la empresa:

$$\text{Proporción de activos no corrientes} = \frac{\text{Activo no corriente}}{\text{Activo Total}}$$

Estructura de gobierno corporativo / percepción de la gerencia

Otro grupo importante de variables a tener en cuenta a la hora de evaluar su incidencia en la divulgación de información de RSC son las implicaciones de tipo institucional; en concreto, en este punto se presta atención a distintos aspectos relacionados con la composición del gobierno corporativo de las entidades. En este sentido, la tendencia actual es a considerar que las prácticas de gobierno corporativo deben atender las demandas de los diferentes grupos de interés.

Algunos estudios (p.e. Ibrahim *et al.*, 2003; Cramer *et al.*, 2004; Hemingway y Maclagan, 2004; Papasolomou-Doukadis *et al.*, 2005) han tendido a examinar las percepciones que se tienen sobre la RSC en relación a la gerencia de la empresa. Miles y Zhang (2007) argumenta que la filosofía de la alta dirección parece ser crítica para la adopción de la RSC. Ibrahim *et al.*, (2003), sugiere que la tipología de la directiva de la compañía ejerce su influencia en las políticas de RSC. Cramer *et al.*, (2004), en un intento por identificar la percepción de los directivos sobre RSC, encontró que los directivos ofrecían definiciones sobre la RSC en formas distintas. Hemingway y Maclagan (2004), hallaron que los valores personales influyen fuertemente en las políticas de RSC. Papasolomou-Doukadis *et al.*, (2005) sugiere la importancia de la iniciativa directiva como clave en la adopción de la RSC.

Dentro del gobierno de la empresa, diversos trabajos como los de Fama y Jensen (1983), han reconocido que el consejo de administración es el mecanismo más importante de control en la estructura de gobierno de una empresa. Es por ello que diversos aspectos del mismo (por ejemplo, tamaño, composición ó independencia) han sido estudiados a lo largo del tiempo en relación a las demandas de los diferentes *stakeholders* hacia los que deben de rendir cuentas.

Como principales motivos de la importancia de los consejos de administración para la revelación de información RSC se encuentra que estos representan los intereses de los distintos grupos afectados por la actividad de las entidades. Así, la forma en la que se

componer el consejo de administración de una entidad implica distribuir los puestos de este entre los distintos candidatos posibles, dentro de los que se incluyen los representantes de los grupos de interés, los directivos y profesionales independientes (Thomsen, 2006). Esto tiene una serie de efectos en el comportamiento de sostenibilidad de las entidades, de forma que aquellas entidades con consejos más eficaces, es decir, que cumplan con su labor supervisora y que gestionen los posibles conflictos de intereses entre todos los agentes implicados, consiguen que sea más plausible que se satisfagan los intereses de los *stakeholders* (Webb, 2004). A continuación van a ser enumeradas las distintas variables en relación a la estructura del gobierno corporativo tenidas en cuenta:

#### Tamaño del consejo

Un primer aspecto a tener en cuenta en relación a la eficacia de los consejos es su tamaño; de acuerdo con Gandía (2008), el consejo de administración deberá estar integrado por un número razonable u óptimo de miembros; así, habría que tener en cuenta que es necesario un número mínimo de ellos para garantizar un cierto contrapeso al poder de los órganos ejecutivos de la entidad, con el fin de garantizar una representación equitativa de los diferentes *stakeholders* (Van den Berghe y Levrau, 2004). Por lo tanto, a medida que se reduce la concentración de funciones en el seno del consejo se puede inducir una mejora en la transparencia informativa. Así, una serie de trabajos (por ejemplo, Willekens *et al.*, 2005; Gandía, 2008 y Kent y Steward, 2008), encuentran un efecto positivo entre el tamaño del consejo y la divulgación de información corporativa; en esta misma línea, Webb (2004) apunta a que las empresas con un comportamiento más responsable poseen un mayor número de consejeros en relación con aquellas entidades menos enfocadas hacia la RSC. Sin embargo, otros autores consideran que grandes consejos de administración son menos eficaces, teniendo una influencia negativa en el proceso de toma de decisiones y los procedimientos de comunicación (Jensen, 1993 y Kassinis y Vafeas, 2002). De igual forma se expresan Barako *et al.* (2006), que ponen en evidencia una relación negativa.

En este caso se considera, que el tamaño del consejo podría afectar positivamente al nivel de transparencia de las entidades, proporcionando una impresión positiva de la empresa:

*H9.6: El tamaño del consejo de administración influye positivamente en la divulgación de información corporativa por las empresas cotizadas.*

#### Dualidad Presidente del consejo de administración – Director general<sup>57</sup>

El efecto sobre el grado de transparencia informativa de una entidad se puede ver afectado por la falta de independencia entre el puesto de presidente del gobierno corporativo y el director general; así, cuando ambos puestos son ejercidos por la misma persona se reduce la eficacia y eficiencia del consejo (Blackburn, 1994) repercutiendo de manera negativa en la calidad informativa de la entidad (Forker, 1992 y Simon y Wong, 2001). Esta idea se fundamenta en la teoría de la agencia; según esta cuando el máximo ejecutivo ocupe también la posición de máximo poder en el consejo se reduce la capacidad de supervisión, que es una de las funciones principales del consejo. Para Howton *et al.* (2005), unificar ambos puestos en una sola persona otorga a esta un poder que le permite la toma de decisiones en su propio beneficio, lo cual se hará en perjuicio de los diferentes grupos de interés. Por el contrario, la existencia de una dualidad entre ambos puestos conduce a un incremento de la eficacia del consejo de administración, y una mayor independencia entre el consejo de administración y la gestión empresarial (Fama y Jensen, 1983; Baysinger y Hoskisson, 1990; Rechner y Dalton, 1991 y Gandía, 2008). En esta línea, existe evidencia empírica que demuestra que aquellas entidades con mayor concentración de poder revelan un menor nivel información (Forker, 1992 y Webb, 2004). Por lo tanto, la hipótesis propuesta es la siguiente:

---

<sup>57</sup> La dualidad hace referencia al hecho de que las entidades estén presididas por una persona diferente al puesto de director general.

*H9.7: El grado de independencia entre la dirección de la entidad y el consejo de administración se encuentra positivamente relacionado con el grado de transparencia informativa.*

Esta variable va a tener en cuenta la presencia de directores no ejecutivos, medido como el porcentaje de estos sobre el total de directivos.

#### Paridad en el consejo

Otro punto a tener en cuenta en relación a la transparencia informativa de los consejos de administración, es el grado de influencia que tiene la diversidad de género en la eficiencia de los mismos (Carter, *et al.*, 2003 y Campbell y Mínguez-Vera, 2010). Desde la teoría de la dependencia de recursos, la existencia de un perfil “mixto” mejora la eficiencia directiva y productiva de la empresa, así como también facilita las relaciones con los grupos de interés, ya que aporta perspectivas adicionales a la toma de decisiones en el consejo. Es más, Appold, *et al.*, 1998 y Bilimoria, 2000 determinan que la reputación corporativa se ve mejorada por la presencia de mujeres dentro del consejo. Así, Webb (2004) apunta a que son aquellas entidades más conscientes de su responsabilidad las que cuentan con una proporción significativamente más elevada de mujeres dentro del consejo de administración. Siguiendo con esta afirmación, son las mujeres frente a los hombres, las que al ocupar un puesto de responsabilidad son más sensibles a desarrollar la faceta de responsabilidad de las entidades y una mayor divulgación de la información (De Luis-Carnicer *et al.*, 2008). De este modo, se puede formular la siguiente hipótesis:

*H9.8: Una mayor incorporación de mujeres dentro del consejo de administración determina un mayor nivel de transparencia informativa.*

La paridad del consejo de administración es medida como el número de mujeres que forman parte del consejo entre el número total de miembros del mismo.

## Otras variables

### Importancia de la RSC en el organigrama de la organización

Estudios previos (por ejemplo Ayuso, 2009 y Observatorio de la Responsabilidad Social Corporativa, 2011) han tenido en cuenta la importancia que para la organización puede tener la existencia o no de un área o departamento responsable de la RSC de manera exclusiva y las implicaciones que esto tiene para la calidad divulgativa de los contenidos sociales. De este modo, se considera que la dedicación dentro del organigrama de la empresa de una parte de la misma a los asuntos relacionados con la gestión, fomento o implementación de la RSC, puede estar relacionado con una mayor transparencia informativa, teniendo esta su reflejo en una mayor atención a la hora de elaborar las memorias de sostenibilidad.

Esta mayor atención hacia la DRSC por parte de las empresas que deciden gestionar la RSC desde un departamento específico se explica, en parte, a que están dedicando un esfuerzo y recursos de manera explícita e importante frente a aquellas otras entidades que gestionan la RSC dentro de otros departamentos no especializados en esta labor; por tanto la presencia en el organigrama de un área funcional para la RSC se va a traducir en una mayor calidad de la información divulgada sobre el tema. Por lo tanto, en función de lo anterior se formula la siguiente hipótesis:

*H9.9: La existencia dentro del organigrama de la organización de la compañía de un departamento propio dedicado a la RSC o un comité específico, implica una mayor calidad en la divulgación de información.*

Esta variable va a ser medida de forma dicotómica tomando los valores 1 y 0 en función de que cada entidad integre o no, dentro de su organización un departamento propio dedicado a los asuntos de sostenibilidad de la compañía. De esta forma se da el valor 1 a las entidades que cuentan con un área concreta dedicada a la RSC y el valor 0 para aquellas que a pesar de implementar la RSC en su organización, la gestionan de manera



difusa entre las distintas áreas funcionales y departamentos de la empresa o queda integrada dentro la gestión específica de la obra social o la gestión de RR.HH.

#### Antigüedad de la empresa

En base a la teoría de la legitimidad, Hamid (2004) afirma que la antigüedad de la entidad está relacionada de manera significativa con el nivel divulgativo de información RSC. El prestigio y reputación que pueda acumular una entidad fruto del paso del tiempo puede verse reflejado en un compromiso con la responsabilidad mayor. Sin embargo, no todos los estudios apuntan en la misma dirección, autores como Haniffa y Cooke (2002) afirman que aquellas sociedades “más recientes” estarán incentivadas a difundir más información con la finalidad de reducir el posible escepticismo y aumentar la confianza de los inversores y de la sociedad en general, que pueden percibir las como entidades de menor fiabilidad. Aun así, la hipótesis que se formula es la siguiente:

*H9.10: La antigüedad de la empresa se encuentra directamente relacionada con el grado de divulgación de RSC de la entidad.*

En este caso se emplea como representación de la antigüedad de la entidad el número de años transcurridos desde la creación de la misma; en el caso de aquellas entidades surgidas tras procesos de fusión y absorción, se toma como dato a tener en cuenta el año de fundación de la primera de las entidades previas que componen la nueva sociedad.

#### Años publicando la memoria de RSC

La experiencia acumulada publicando durante años sucesivos memorias de RSC puede afectar positivamente al grado de calidad de la información incluida en estas. Normalmente, este posible efecto experiencia fruto del aprendizaje se pone de manifiesto en la elaboración de los sucesivos informes, en los cuales se corrigen posibles errores, se enriquece la información y se adaptan los contenidos a los requerimientos del entorno. De este modo se enuncia que:

*H9.11: El número de veces que una entidad publica información sobre RSC está directamente relacionado con la calidad de las memorias.*

Para determinar el valor de este determinante se computa el número total de memorias de RSC, hasta el año 2010.

#### Necesidad de intervención por el Estado

El reciente proceso abierto de intervención estatal para rescatar al sector financiero de la quiebra se interpreta como una consecuencia de la mala praxis por parte de las entidades que han necesitado de este tipo de ayudas. Es por ello que la intervención estatal se interprete como la consecuencia última de una falta de responsabilidad por parte de las entidades rescatadas, plasmada en unos menores niveles de transparencia informativa. En consecuencia planteamos la siguiente hipótesis:

*H9.12: Existe una relación negativa entre la necesidad de ayuda financiera por parte de las instituciones públicas y el nivel de transparencia informativa de las entidades.*

La variable de contrastación empleada será dicotómica, tomando el valor uno si la entidad ha precisado de financiación estatal a través del FROB<sup>58</sup> (tanto si han sido nacionalizadas o simplemente han recibido ayudas públicas) y cero en el supuesto contrario.

#### Firma de auditoría

El tamaño del auditor se considera como una variable determinante para que las entidades difundan información más allá de sus obligaciones. De este modo, las entidades auditadas por las denominadas como “cuatro grandes” (Price Waterhouse Coopers (PWC), Ernst & Young, Deloitte y KPMG) gozarán de más posibilidades de ser transparentes en el plano divulgativo debido a la mayor experiencia y reputación de sus

---

<sup>58</sup> Fondo de Reestructuración Ordenada Bancaria

auditores (DeAngelo, 1981; Ahmed y Nicholls, 1994 y Haniffa y Cooke, 2002), a la vez que actúan como un elemento de control sobre los posibles intentos de comportamientos oportunistas de los directivos (Jensen y Meckling, 1976 y Watts y Zimmerman, 1990). Por lo tanto, la hipótesis que se plantea es:

*H9.13: Existe una relación positiva entre ser auditado por una compañía auditora de las “cuatro grandes” y los índices de divulgación de RSC propuestos.*

La variable a emplear para contrastar la hipótesis es dicotómica, tomando el valor uno si la entidad es auditada por una de las “cuatro grandes” y cero en caso contrario.

En la siguiente tabla se exponen de forma resumida las hipótesis a contrastar en relación a cada una de las preguntas de investigación principales sobre la DRSC.

Tabla 17. Resumen hipótesis a contrastar.

Pregunta de investigación	Hipótesis formuladas
	<p>H0: <i>No existen diferencias divulgativas entre la información revelada por las EE.FF.D. en sus memorias, siendo su grado de transparencia homogéneo.</i></p>
<p>¿Qué temas de RSC son más importantes en la estrategia corporativa de las EE.FF.D.?</p>	<p>H1: <i>La información relativa a “empleados” tiene un mejor nivel de divulgación que los contenidos de información referentes a grupos de interés con relación indirecta con la entidad.</i></p> <p>H2: <i>La información relativa a “clientes” tiene un mejor nivel de divulgación que sobre los contenidos de información referentes a grupos de interés con relación indirecta con la entidad.</i></p> <p>H3: <i>La revelación de información sobre medioambiente es más extensa que la información sobre impactos en la comunidad.</i></p> <p>H4: <i>Las EE.FF.D. otorgan más importancia al ámbito interno de responsabilidad que a su responsabilidad externa como intermediario financiero.</i></p>
<p>¿Ha evolucionado el concepto de RSC a lo largo del tiempo?</p>	<p>H5: <i>Se han producido aumentos significativos en los niveles de transparencia informativa de los contenidos divulgados a lo largo de los últimos años.</i></p> <p>H5.1: <i>Se ha producido un aumento del protagonismo divulgativo de la información sobre la comunidad en relación a los contenidos medioambientales en los últimos años</i></p> <p>H6: <i>La transparencia informativa acerca de los impactos externos de la actividad intermediadora y de inversión de las entidades es mayor con el paso del tiempo.</i></p>
<p>¿Existen distintos perfiles de entidades atendiendo a su enfoque en la estrategia de RSC?</p>	<p>H7: <i>Existen diferencias significativas entre las EE.FF.D. que permiten definir distintos perfiles de entidades con una conducta similar en función del grado de divulgación de RSC, según los grupos de interés sobre los que exista una mayor sensibilidad y mayor atención por parte de las EE.FF.D.</i></p>

<p>¿Qué características de las entidades explican un mayor nivel de divulgación?</p>	<p>H8: <i>El grado de presión social al que se enfrentan las entidades influye en el grado de transparencia informativa.</i></p> <p>H8.1: <i>Las entidades con origen social presentan niveles de divulgación superiores a la banca.</i></p> <p>H8.2: <i>Un mayor tamaño de la entidad está positivamente asociado con un mayor nivel de revelación de información de responsabilidad.</i></p> <p>H8.3: <i>La internacionalización se encuentra positivamente relacionada con una mayor calidad de la información RSC.</i></p> <p>H9: <i>El grado de respuesta de las EE.FF.D. a la presión social determina el nivel de transparencia informativa.</i></p> <p>H9.1: <i>Existe una relación positiva entre el nivel de divulgación de información de responsabilidad y la “performance” financiera de las compañías.</i></p> <p>H9.2: <i>Existe una relación positiva entre el nivel de divulgación de información de responsabilidad y el grado de endeudamiento de las entidades.</i></p> <p>H9.3: <i>El nivel de morosidad sobre los créditos concedidos por las entidades está relacionado de manera inversa con la divulgación de información de RSC.</i></p> <p>H9.4: <i>El grado de eficiencia de una entidad se encuentra directamente relacionado con el nivel de divulgación de RSC.</i></p> <p>H9.5: <i>Existe una relación negativa entre la proporción de activos no corrientes de una entidad y los índices divulgativos propuestos.</i></p> <p>H9.6: <i>El tamaño del consejo de administración influye positivamente en la divulgación de información corporativa por las empresas cotizadas.</i></p> <p>H9.7: <i>El grado de independencia entre la dirección de la entidad y el consejo de administración se encuentra positivamente relacionado con el grado de transparencia informativa.</i></p> <p>H9.8: <i>Una mayor incorporación de mujeres dentro del consejo de</i></p>
--	--

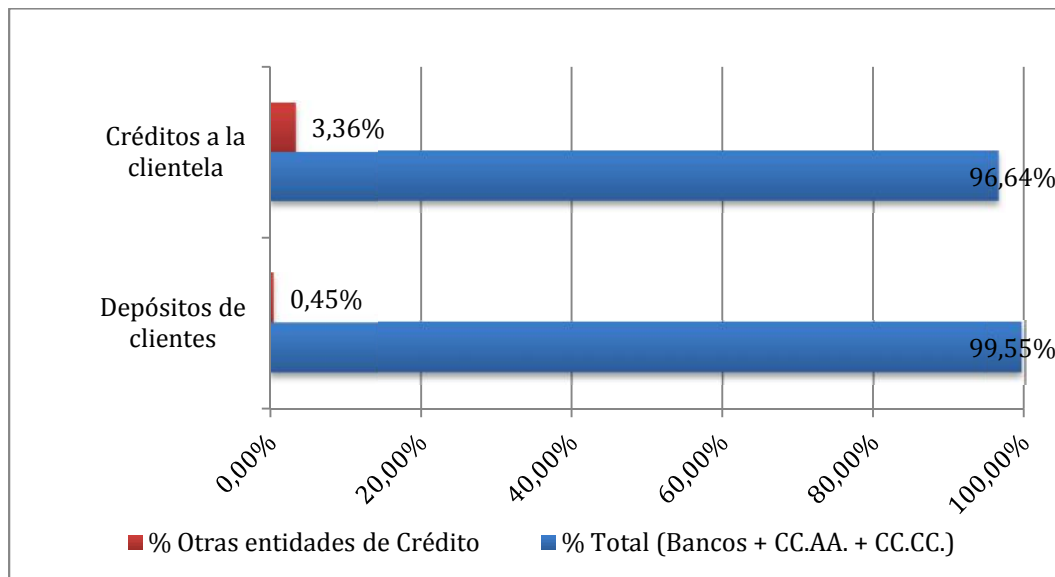
	<p><i>administración determina un mayor nivel de transparencia informativa.</i></p> <p><i>H9.9: La existencia dentro del organigrama de la organización de la compañía de un departamento propio dedicado a la RSC o un comité específico, implica una mayor calidad en la divulgación de información.</i></p> <p><i>H9.10: La antigüedad de la empresa se encuentra directamente relacionada con el grado de divulgación de RSC de la entidad.</i></p> <p><i>H9.11: El número de veces que una entidad publica información sobre RSC está directamente relacionado con la calidad de las memorias.</i></p> <p><i>H9.12: Existe una relación negativa entre la necesidad de ayuda financiera por parte de las instituciones públicas y el nivel de transparencia informativa de las entidades.</i></p> <p><i>H9.13: Existe una relación positiva entre ser auditado por una compañía auditora de las “cuatro grandes” y los índices de divulgación de RSC propuestos</i></p>
--	--

Fuente: elaboración propia.

### 3. ÁMBITO DE ESTUDIO: POBLACIÓN Y PERÍODO DE ANÁLISIS

La población total de la que se parte, está compuesta por el conjunto de EE.FF. que actúan en España bajo la supervisión del Banco de España (2010); concretamente este estudio se centra en las EE.FF. de crédito y depósito<sup>59</sup>. Este tipo de entidades representa en su conjunto el 96,64%<sup>60</sup> de los créditos concedidos, así como el 99,55%<sup>61</sup> del total de depósitos realizados por los clientes; de ahí la importancia de escoger estas entidades para tratar de comprender cómo el sector financiero puede afectar al conjunto de la economía. Estas entidades, en función de su naturaleza jurídica se reparten en Bancos, CC.AA. y CC.CC. El Banco de España ofrece una relación completa de entidades de crédito: 337 EE.FF. operan en España (Banco de España, febrero 2011) y de ellas 276 son EE.FF.D.

Gráfico 3. Flujos acreedores y deudores en España de entidades de depósito y otras.



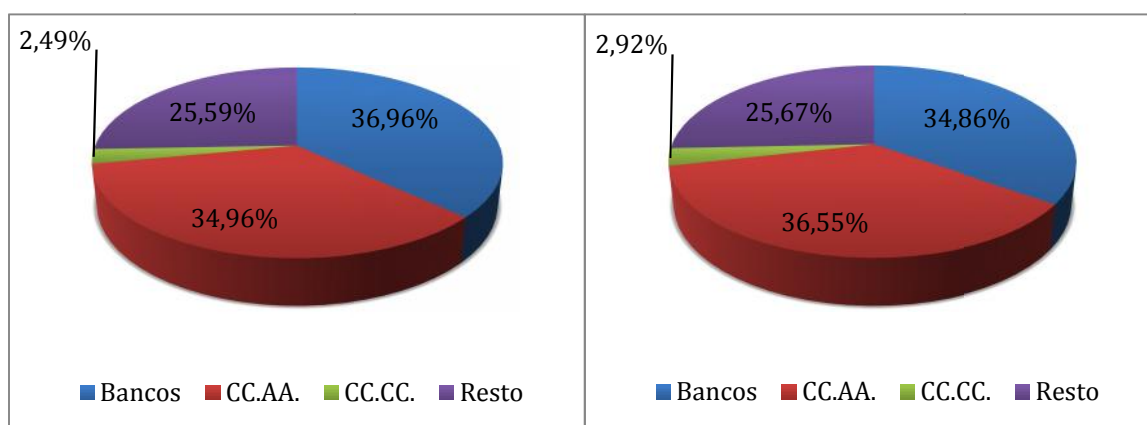
Fuente: elaboración propia a partir del boletín estadístico del banco de España y memorias anuales de entidades estudiadas.

<sup>59</sup> La principal diferencia que distingue a estas entidades del resto de EE.FF. de crédito, es la capacidad para admitir el depósito de fondos por parte de sus clientes.

<sup>60</sup> Datos extraídos del boletín estadístico de Banco de España para el año 2010.

De manera más concreta, las entidades analizadas también ofrecen un elevado grado de representatividad en relación al conjunto de entidades que forma parte del sector; así, en relación al total de depósitos de clientes, los Bancos alcanzan el 85,68% del total, seguidos por CC.AA. y CC.CC. con un 68,86% y un 46,89% respectivamente sobre el volumen de activos de clientes que se encuentran en forma de depósitos. Dichas proporciones son prácticamente similares en el caso del crédito concedido, de este modo los Bancos acaparan el 34,86%, las CC.AA. el 36,55% y las CC.CC. tan solo el 2,92%.

Gráfico 4. Importancia relativa de las entidades del estudio sobre el conjunto de los créditos y depósitos del sistema financiero español.



Fuente: elaboración propia a partir del boletín estadístico del Banco de España y memorias anuales de entidades estudiadas.

En el presente trabajo de investigación se ha optado por analizar las diferentes acciones de responsabilidad reveladas por parte de las EE.FF.D. dentro del marco de la RSC en base a los contenidos de las Memorias e Informes de RSC que muchas de estas elaboran. En este apartado lo que se pretende es acotar el ámbito de análisis de la DRSC tanto en el plano temporal, espacial, así como la fuente de información empleada.

La elección de un único sector industrial (sector financiero) como muestra, obedece principalmente a dos razones: a) porque la mayor parte de estudios llevados a cabo en el ámbito de la RSC han abarcado de forma general empresas situadas en diferentes sectores de actividad, la comunidad académica, aconseja, a pesar del riesgo de no llegar



a resultados aplicables al resto de sectores económicos, la investigación de la RSC y sus determinantes tendrá una mayor consistencia si se toma como referencia un sector de actividad concreto (Chand y Fraser, 2006; Van Beurden y Gössling, 2008; Chih *et al.*, 2010 y Mishra y Suar, 2010); y b) como indican Bravo-Urquiza *et al.* (2010), las especiales características del sector financiero podrían introducir un elevado sesgo en los resultados, es por ello que a pesar de que existen diversos estudios previos que llevan a cabo una comparativa entre sectores, se ha preferido centrar el análisis en las EE.FF.D.

La elección de las EE.FF. objeto del estudio se ha hecho atendiendo a un triple criterio:

- En primer lugar que se traten de entidades españolas.
- En segundo lugar, instituciones financieras de crédito y depósito con su negocio centrado en la banca minorista<sup>62</sup>, teniendo como principal característica diferenciadora frente al resto del sistema la admisión de depósitos<sup>63</sup>. Estas conforman el sector bancario español bajo supervisión del Banco de España y se encuentra repartido, atendiendo a su naturaleza jurídica, entre bancos, cajas de ahorros y cooperativas de crédito. De todas ellas (figura 10) se han seleccionado para el estudio aquellas entidades con capacidad para el depósito de fondos, no especializadas, que se dirijan al público general, por lo que no se considera las

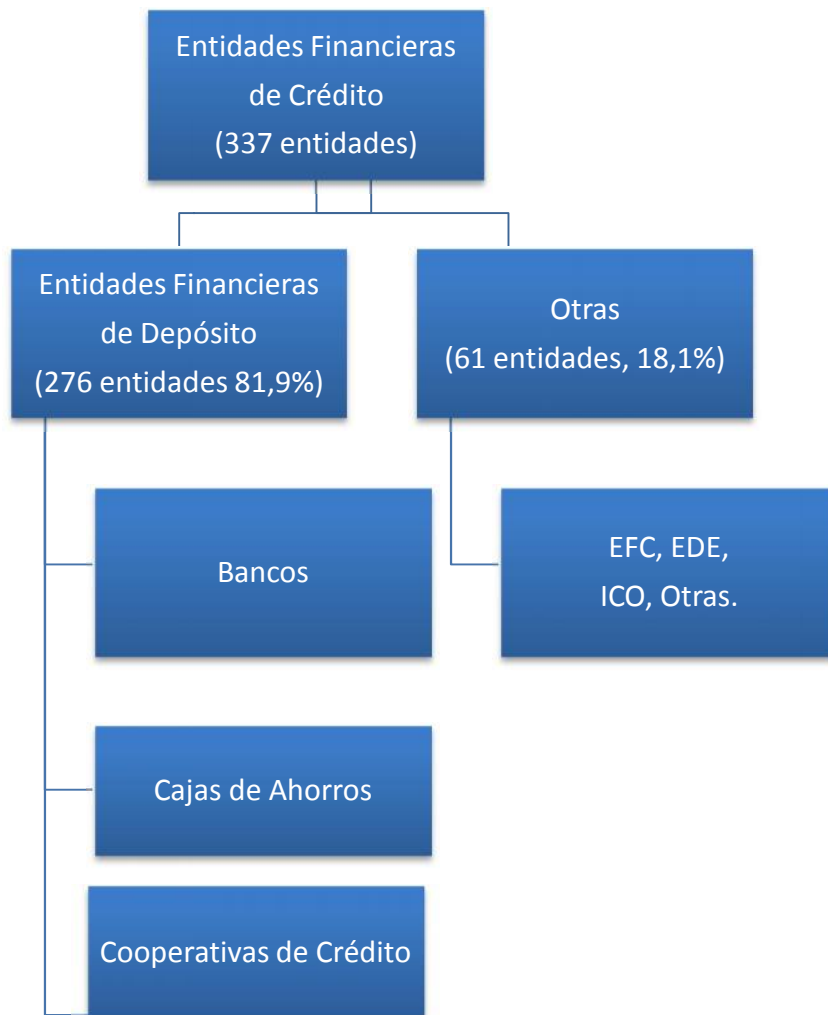
---

<sup>62</sup> Se ha seleccionado aquellas entidades que conforman lo que se ha venido a denominar banca minorista, la cual se caracteriza por no limitar su actividad a la concesión de créditos sino que además admiten el depósito de fondos, no están especializadas y se dirigen al público general, por lo que no se tiene en consideración a las EE.FF. de crédito, la banca privada, banca sectorial ni la banca de inversiones, lo que restringe el número a 188 entidades.

<sup>63</sup> Las entidades financieras de depósito (EE.FF.D.), según la definición que emplea el Banco de España, son un subgrupo de las entidades de crédito formado por bancos, cajas de ahorros y cooperativas de crédito siendo estas las únicas con capacidad para captar depósitos del público. [http://www.bde.es/clientebanca/glosario/e/entidades\\_de\\_deposito.htm](http://www.bde.es/clientebanca/glosario/e/entidades_de_deposito.htm)

E.F.C., la banca privada, banca sectorial ni la banca de inversiones. Siguiendo a Parejo, *et al.* (2002) las entidades de crédito dependen del Banco de España; en sentido estricto la característica común de estas es la posibilidad de captar como actividad típica y habitual fondos del público en forma de depósitos o títulos similares con obligación de su restitución, aplicándolos por cuenta propia a la concesión de créditos u operaciones de naturaleza similar.

Figura 10. Conjunto de EE.FF. supervisadas por el Banco de España, según su naturaleza jurídica.



Fuente: elaboración propia a partir del boletín estadístico de Banco de España (2010).

- Tercer criterio es el empleo de la memoria de responsabilidad social como medio para divulgar su actividad de responsabilidad durante el período 2007 – 2010. Esto hace un total de 26<sup>64</sup> las EE.FF.D. examinadas (tabla 18).

Tabla 18. EE.FF.D. emisoras de memoria de RSC por volumen total de activos.

Posición	Entidad	Activos Totales (Miles de euros)	% volumen activos sobre el total	% Agregado volumen activos sobre el total
1	BBVA	180.406.548	11,81%	11,81%
2	Banco Santander	157.622.104	10,32%	22,13%
3	La Caixa	148.419.090	9,72%	31,85%
4	Caja Madrid	89.973.262	5,89%	37,74%
5	Banco Popular Español	70.665.513	4,63%	42,36%
6	Banco Español de Crédito	66.804.878	4,37%	46,74%
7	Bancaja	50.371.129	3,30%	50,03%
8	CAM	45.343.318	2,97%	53,00%
9	Banco de Sabadell	40.465.957	2,65%	55,65%
10	Ibercaja	33.541.098	2,20%	57,85%
11	Caixa Terrassa	32.117.712	1,91%	59,75%
12	Caixa Galicia	29.119.785	1,86%	61,61%
13	Bankinter	28.341.033	1,58%	63,19%
14	Unicaja	24.103.601	1,46%	64,65%
15	Cajasol	22.345.115	1,37%	66,01%
16	BBK	20.857.082	1,26%	67,27%
17	Cajamar	19.233.562	1,22%	68,49%
18	Caja Laboral Popular	18.614.331	1,17%	69,66%
19	Caja España de Inversiones	17.865.434	1,09%	70,76%
23	Kutxa	16.698.874	0,87%	71,62%
30	CAN	13.232.925	0,70%	72,32%
32	Caja Granada	10.681.830	0,61%	72,93%
38	Caja Burgos	8.130.092	0,53%	73,46%
42	Caja Vital Kutxa	7.014.603	0,46%	73,92%
57	Caja Rural de Granada	3.543.201	0,23%	74,16%
62	Multicaja	2.458.335	0,16%	74,32%

Fuente: elaboración propia a partir de datos suministrados por BdE y Unicaja (2009).

<sup>64</sup> 29 son las entidades que han emitido memoria de responsabilidad a pesar de lo cual no se ha tenido acceso a 3 de las mismas tras la realización de un rastreo exhaustivo a través de las páginas web de las entidades.

A pesar de representar solo el 13,83% del sector, atendiendo al porcentaje de activos que acumulan sobre el volumen de activos del sector en España, estas componen el 74,32% del total, por lo que las tendencias informativas de estas entidades pueden servir de referencia al resto del sector, para la adopción de medidas de transparencia informativa similares.

La población de partida que se toma son un total de 276 entidades, de las cuales 188 son de nacionalidad española, y el resto, 88, filiales de entidades extranjeras. Finalmente la población objeto de estudio quedó compuesta por un total de 26 EE.FF.D., todas aquellas que presentan memoria de RSC de manera independiente a los documentos contables tradicionales.

- Período temporal

Los datos examinados hacen referencia a la información publicada sobre los ejercicios 2007, 2008, 2009 y 2010 en las correspondientes memorias de responsabilidad.

La elección de este período permite, por una parte, observar la dinámica del fenómeno a lo largo del tiempo; así por ejemplo permite la búsqueda de una posible relación entre el cambio de ciclo económico y cómo este ha podido influir en la manera en que la información sobre los aspectos de sostenibilidad de las entidades son divulgados. La recolección de datos en más de un año permite que los resultados provean un mayor nivel de confianza. Por otra parte, es lo suficientemente reciente como para asegurar de manera razonable el acceso a las memorias anuales de las entidades, permitiendo de igual modo actualizar la literatura en esta materia dando una imagen razonable de las prácticas divulgativas de RSC.

Por tanto, para el desarrollo del trabajo de campo, se van a analizar un total de 104 memorias RSC, correspondientes a 26 entidades (6 bancos, 16 cajas de ahorros y 4 cooperativas de crédito), durante el período 2007 - 2010.

A continuación se definen cuáles son los documentos a analizar.

- Fuente de obtención de la información: memorias de RSC

En cuanto al origen de la información a analizar, existen dos posturas diferenciadas dentro de la literatura, sobre la amplitud de medios a considerar para evaluar el grado de transparencia informativa corporativa. En principio, toda la información que sea de dominio público puede ser considerada parte de la actividad de rendición de cuentas de una organización (Gray *et al.*, 1995). Lo ideal por tanto sería que todas las comunicaciones realizadas por la organización fueran monitorizadas.

En este caso se encontrarían trabajos como el de Illa *et al.* (2010), que emplea un criterio extensivo en la selección de las fuentes de información, empleando el informe social además de otras herramientas de comunicación masiva (sitios web de las compañías, publicidad social, etc.).

Sin embargo, como indican Gray *et al.* (1995) es imposible estar seguro de que todas las comunicaciones sean identificadas. En este caso se encuadran otras investigaciones que mantienen una postura más restrictiva, considerando tan solo una parte de las comunicaciones que la entidad emplea con su entorno, (Guthrie *et al.*, 2004) para comunicar su grado de compromiso con la sociedad. En este caso los informes anuales, y en particular las memorias de responsabilidad ofrecen una buena aproximación al problema. Estas memorias son vistas como una herramienta de comunicación que permite conectar con diversos grupos de interés tanto internos como externos (Guthrie y Petty, 2000). También poseen la ventaja de poder ofrecer un análisis comparativo de las actitudes y políticas de la gerencia de la empresa a través de distintos períodos de tiempo (Tinker *et al.*, 1991).

Siguiendo este segundo enfoque, como criterio principal de investigación, se va a emplear como fuente de información, una memoria anual de sostenibilidad como documento independiente del resto de memorias económico-financieras anuales tradicionales obligatorias.

El medio de obtención de dichas memorias fue a partir de las páginas web corporativas de las propias compañías analizadas, las cuales se consideran fuentes de información accesibles al público general, así como solicitando las memorias a las compañías directamente (ver anexo 4). Señalar que todas estas memorias fueron elaboradas de acuerdo a los criterios GRI, y obtuvieron todas ellas el reconocimiento “*In Accordance*” concedido por dicho organismo. Para la segunda parte de la investigación (estudio de los determinantes de la DRSC) se emplean los datos relativos a características propias de la empresa a través de las memorias anuales económico-financieras así como los informes anuales de responsabilidad social.

A continuación se resumen los principales datos del ámbito de la investigación.

Ficha de estudio	
Población	Bancos, CC.AA. y CC.CC.
	276 entidades operan en España <sup>65</sup> (188 nacionalidad española)
	26 emiten informe RSC (13,83%)
	Memorias GRI (100%)
Período	2007 - 2010
Elementos analizados	Información sobre Clientes, Comunidad, Empleados y Medioambiente
	124 ítems repartidos en 23 categorías de información
Método obtención información	Consulta memorias disponibles en páginas web corporativas

Fuente: elaboración propia.

---

<sup>65</sup> Banco de España (2010).

#### 4. ANÁLISIS DEL CONTENIDO COMO MÉTODO DE INVESTIGACIÓN

En este apartado se va a definir el método empleado para el análisis de la transparencia informativa. Así, en primer lugar se va a justificar el empleo del método del análisis de contenido, así como definir en qué consiste la realización del mismo. En segundo lugar, se justifica el empleo del índice de contenido sobre otros métodos alternativos como modo de sintetizar la información recogida por el análisis del contenido y su significado.

Para poner en práctica el análisis de contenido es necesario definir los siguientes elementos: cuáles son los documentos y temas a analizar; y finalmente habrá que definir un esquema de clasificación de la información.

##### **4.1. Definición del análisis del contenido**

Varias definiciones han sido propuestas para el análisis del contenido. Berelson (1952) declaró que el análisis del contenido puede ser usado para describir objetiva, sistemática, y cuantitativamente el contenido manifestado en la comunicación. Kassarian (1977, p.10) lo define como “una comunicación de contenido científica, objetiva, sistemática y generalizable”. Abbott y Monset (1979, p.504) definen el análisis de contenido como “una técnica para recolectar información que consiste en codificar información cualitativa anecdótica y literaria en diferentes categorías con el fin de obtener escalas cuantitativas”. Estas tres definiciones resaltan la necesidad de una descripción cuantitativa de los datos. Sin embargo, Krippendorff (1990, p.21) cambió el énfasis de la definición de análisis de contenido como “una técnica de investigación para replicar y validar las inferencias a partir de los datos de su contexto”. Weber (1985, p. 9) lo define como “una metodología que utiliza un conjunto de procedimientos para hacer una inferencia básica de un texto”.

Las anteriores definiciones han sido seguidas posteriormente por otros autores (Weber, 1990; Kolbe y Burnett, 1991 y Riffe *et al.*, 1998), por lo que parece aparente la existencia

de un consenso entre estos en relación a que un propósito esencial del análisis de contenido es realizar inferencias desde el mensaje (textual o hablado).

De acuerdo con Wolfe (1991), llevar a cabo un análisis de contenido puede proporcionar al investigador varias ventajas. Estas ventajas se resumen de la siguiente manera:

- Es discreto; ni el emisor ni el receptor de la información de los mensajes analizados son conscientes de que los mensajes serán analizados.
- De varios tipos de documentos presentados en una forma programada presenta la oportunidad de desarrollar bases de datos longitudinales.
- El análisis de contenido permite al investigador trabajar directamente en el núcleo del comportamiento de comunicación humano y organizacional (Weber, 1985).
- Puede facilitar a los investigadores con distintas opiniones teóricas y metodológicas trabajar juntos, por lo tanto esto puede potencialmente contribuir a la convergencia de las perspectivas teóricas y empíricas.
- Facilita el enlace entre las herramientas estadísticas y el lenguaje natural, en consecuencia los resultados de la investigación se tienen que enfrentar no solo a la validación y el nivel de comprensión de los investigadores sino también al del público general (Gephart y Wolfe, 1989).

El análisis de los contenidos presentes en los informes de sostenibilidad ha sido adoptado por los investigadores y empleado como técnica para recabar información referente a la divulgación de las actividades llevadas a cabo por la empresa. Siendo comúnmente usado en estudios previos sobre contabilidad social y presentación de informes ambientales para evaluar la divulgación de los diferentes elementos contenidos en los mismos (Guthrie *et al.*, 2004).



El análisis de contenido ha sido empleado en este estudio como método de investigación con el fin de recoger datos cuantitativos sobre RSC a través de los informes anuales de sostenibilidad. La popularidad adquirida en los últimos años por parte del análisis de contenido debida a que se trata de una poderosa herramienta que ha sido usada en el análisis de documentos y textos que han tratado de cuantificar el contenido en función de unas determinadas categorías de una manera sistemática y replicable (Bryman y Bell, 2007). De acuerdo con Morris (1994), el análisis de contenido puede ser usado para extraer datos a partir de un amplio rango de medios de comunicación.

Berelson (1952) por su parte señaló que son muchas las situaciones en las cuáles el uso del análisis de contenido puede ser útil, como las siguientes:

- Divulgación de las diferencias internacionales en el contenido de la comunicación.
- Comparación de medias y niveles de comunicación.
- La auditoría del contenido comunicado frente a los objetivos previos propuestos.
- Identificar las intenciones y otras características del comunicador.
- Refleja los patrones culturales de los grupos, organizaciones o de la sociedad.
- Describe tendencias en el contenido de la comunicación.

#### **4.2. Análisis del contenido aplicado a la RSC**

El análisis de contenido es una técnica muy utilizada en los estudios que tienen como objetivo la evaluación de la cantidad y la calidad de la información suministrada por las empresas (Krippendorff, 1990 y Aranguren, 2008). En este caso es aplicado para analizar la información suministrada por las EE.FF.D. a través de las memorias de RSC. Dicho análisis se lleva a cabo más allá del plano estrictamente económico adentrándose en el ámbito social de las entidades, en relación a los diferentes grupos de interés.

El análisis de contenido de los informes anuales ya ha demostrado a través de multitud de trabajos, tanto teóricos como prácticos, su utilidad a la hora de mostrar su validez en la investigación de la revelación de información socio-ambiental (Guthrie y Parker, 1990 y Gray *et al.* 1995). Lo que permite pensar que será igualmente válida su aplicación al estudio de las memorias RSC publicadas de forma autónoma.

Así, se puede decir que las EE.FF.D. han quedado excluidas de la mayoría de los estudios realizados sobre RSC, a pesar de que han jugado un papel primordial como pioneras en el impulso de esta. Es posible que la consideración de las finanzas como una actividad con bajo impacto las haya situado como un sector de escaso interés en materia de sostenibilidad. En el ámbito concreto del estudio de la RSC en las EE.FF.D. son poco frecuentes los estudios dedicados a la labor de responsabilidad de estas, y menos aún trabajos aplicados dedicados al estudio del sector en España. En la se presentan los más destacados.

Tabla 19. Estudios previos sobre RSC en la banca española.

Autor (Año)	Metodología	Muestra	Periodo de estudio
Capó (2010)	Entrevistas	44 CC.AA.	2009
Seguí (2010)	Encuesta de opinión	107 entidades (39 bancos, 44 CC.AA. y 24 CC.CC.)	2007
Pérez-Ruiz y Rodríguez-Bosque (2012)		1.124 clientes de banca	2010
Cuesta (2006)	Análisis de contenido	4 bancos	2003
Sarro (2007)		17 EE.FF.D. (7 bancos y 10 CC.AA.)	2004, 2005
Muñoz (2008)		27 EE.FF.D.	2004
Ruiz, Tirado y Bustos (2008)		6 bancos	2006
Ríos, Ruiz, Tirado y Carbonero (2012)		10 EE.FF.D. (5 bancos y 5 CC.AA.)	2005-2008

Fuente: elaboración propia.

Esta metodología se revela como la más utilizada en el ámbito de la investigación sobre el “reporte social corporativo” (Gray *et al.*, 1996), donde se enmarca la presente investigación.

El empleo de la técnica de análisis de contenido va a tener como objetivo conocer cómo actúan las EE.FF.D. con cada uno de sus *stakeholders*, con los que mantienen una relación bidireccional de mutua influencia, en función del nivel de información en el marco de la RSC que aquéllas publican sobre cada uno de estos grupos, estudiando las diferencias y similitudes de cada una de estas entidades y su comportamiento a lo largo del tiempo.

De entre los diferentes tipos de análisis de contenido que se pueden aplicar en este caso se emplea el análisis de contenido temático<sup>66</sup> (Jones y Shoemaker, 1994). Esta es la técnica empleada de manera más frecuente en la búsqueda de unidades de registro<sup>67</sup> en las que aparece recogida un determinado tipo de información sobre una problemática concreta. La temática en este caso es la responsabilidad social de las entidades, y por lo tanto antes de comenzar con el análisis, esta se convierte en la regla de selección de la información a analizar.

Siguiendo a Abela (1998) todo proyecto de investigación que siga el método del análisis del contenido debe seguir un proceso de elaboración que permita identificar la información suministrada para su posterior análisis y comparación. En el siguiente apartado se van a enumerar las distintas etapas que se deben de seguir para llevar a cabo el estudio de forma correcta.

#### **4.3. Etapas básicas del método de análisis del contenido**

En este apartado se definen las etapas a seguir para realizar el análisis del contenido y que son comunes para cualquier tipo de tema que se quiera analizar. De acuerdo con Weber (1985), el investigador inicialmente tiene que identificar el objetivo de estudio que va a ser investigado. El primero de los objetivos de investigación para el presente estudio es “el análisis y la comparación de las prácticas divulgativas de las EE.FF.D.

---

<sup>66</sup> Abela (1998: p.20): El análisis del contenido temático, solo considera la presencia de términos o conceptos, con independencia de las relaciones surgidas entre ellos. Las técnicas más utilizadas son las listas de frecuencias, la identificación y clasificación temática, y la búsqueda de palabras en contexto. Quizá la más frecuente consiste en buscar – y eventualmente analizar más detenidamente, con otra técnica – unidades en que aparecen una determinada temática. Esto supone que se selecciona – y eventualmente define – esta temática antes de iniciar el análisis, por cuanto esta se transforma en una regla de selección de las unidades analizadas.

<sup>67</sup> Unidades básicas de sintaxis en las que se identifica la presencia de una determinada información.

respecto a sus *stakeholders*". En respuesta al objetivo de investigación planteado, este estudio trata de evaluar y comparar las prácticas de RSC de las distintas EE.FF.D., atendiendo para ello a distintas categorías de elementos, contenidos temáticos y características propias de cada entidad. Existen siete pasos esenciales en cualquier análisis de divulgación de información social corporativa (Wolfe, 1991). Estos pasos son:

- A. Determinar las unidades de muestreo.
- B. Señalar las unidades de registro / análisis.
- C. Determinar los temas para ser codificados.
- D. Sistema de codificación, el Índice de Divulgación de Contenido (IDR) y determinación de las categorías empleadas.
- E. Determinar el modo de codificación.
- F. Ensayo de la codificación en una muestra de texto (test piloto).
- G. Evaluar la fiabilidad y validez (Weber, 1985 y Wolfe, 1991)

Seguidamente se amplía el significado de cada etapa:

A. Determinar las unidades de muestreo

En esta etapa del análisis del contenido, se debe de tomar una decisión referente a la procedencia de los documentos que van a ser analizados (datos de origen) (Unerman, 2000). Decidir qué documentos analizar es una etapa esencial en cualquier análisis de contenido (Krippendorff, 1980). La divulgación de la información de RSC puede hacerse a través de diferentes canales, publicidad y folletos promocionales, las páginas web de las compañías, comunicados de prensa, debates, etc. (Abu-Baker y Naser, 2000 y Gao *et al.* 2007). Sin embargo, un porcentaje importante de los estudios en este campo de investigación han empleado el informe anual como fuente de datos, y se ha aceptado como una fuente apropiada de comunicación de las actitudes socialmente responsables

de la entidad, p.e. Gray *et al.* (1995); Deegan y Rankin (1997) o Holland y Foo (2003). Según estos autores los informes anuales son el medio más efectivo de comunicación y poseen un grado de credibilidad mayor que cualquier otra forma de comunicación. Sin embargo, hay ciertas opiniones en la literatura sobre el tema según las cuales los informes anuales no pueden ofrecer una imagen completa de las prácticas de RSC que se llevan a cabo (Roberts, 1992; Unerman, 2000). Por ejemplo Campbell *et al.* (2003, p.566), declaran que “la divulgación de información social a través de los informes anuales representan tan solo una pequeña parte del total de la información social dada a conocer por la empresa”. Zeghal y Ahmad (1990) estudiaron folletos y publicidad así como informes anuales, y encontraron que las compañías comunicaban la información social y medioambiental a través de otros medios diferentes. Más aún, Abu-Baker y Naser (2000) señalaron que en los países desarrollados, otros medios de divulgación son usados, internet principalmente, siendo muy probable que a través de estos medios se pueda encontrar la práctica totalidad de la información suministrada a través de los informes anuales. En los últimos años han proliferado las memorias de responsabilidad social como vehículo de transmisión de información sobre los comportamientos adquiridos por la empresa con respecto a la manera de llevar a cabo su actividad productiva, siendo este un documento que tiene como finalidad ofrecer una imagen completa de la labor de responsabilidad, que contrasta con otros medios de comunicación que ofrecen una imagen sesgada y parcial de la misma. Una vez analizada la literatura previa, este estudio se centra en los informes de sostenibilidad emitidos anualmente de manera independiente del resto de memorias económico-financieras como unidad básica de muestreo.

B. Unidades de registro / análisis

Habiendo decidido el “qué” y el “dónde” de la divulgación de la RSC, es esencial determinar cómo capturar la información, en este caso se trata de identificar el método a usar para cuantificar el nivel de DRSC. Vale la pena mencionar que, con el fin de medir el alcance de la divulgación en los informes, se usan dos métodos: por un lado, el enfoque de la divulgación ponderada y por otro lado el enfoque de divulgación no ponderada. El método de ponderaciones está basado en la importancia relativa percibida de cada uno de los ítems analizados (Wiseman, 1982y Maali et al., 2006); por lo tanto, ofrece diferente importancia a cada uno de los distintos ítems divulgados en los informes de las entidades. Sin embargo, la arbitrariedad es inherente en el uso de cualquier tipo de método de ponderación. Además de esto, “cualquier método para asignar ponderaciones a elementos individuales divulgados es engañosa porque la importancia de cualquier ítem o elemento divulgado varía de una compañía a otra, de una industria a otra y entre períodos de tiempo” (Spero, 1979, p.42). En este trabajo los elementos no son ponderados ya que la puntuación potencial puede verse afectada por problemas de sesgo y problemas en la escala de ponderación coincidiendo con los estudios previos sobre el tema (p.e. Cook, 1989; Ahmed y Nicholson, 1994; Ahmed, 2004 y Haniffa y Hudaib, 2004).

La definición de las unidades de registro es una de las más importantes decisiones en el proceso de análisis de contenido (Weber, 1985). Diferentes unidades de medida pueden ser usadas en el análisis del contenido. Los estudios previos han empleado varios métodos, incluyendo palabras, frases, líneas, páginas, porcentajes de páginas, o una mezcla de estas unidades, ya que cada método tiene sus propias ventajas y limitaciones. No hay de hecho una única unidad aceptada de captura (medida) de la cantidad de información de RSC divulgada. De hecho, la literatura no proporciona una justificación teórica para la elección de cualquiera de estas medidas (Williams, 1999). En este trabajo se va a emplear un método mixto que combine el registro por palabras con el registro basado en frases. Por una parte, las palabras tienen la ventaja de obtener un análisis

más exclusivo (Xiao *et al.*, 2005). Además, según varios autores (Zeghal y Ahmed, 1990 y Deegan y Gordon, 1996), el uso de palabras permite al investigador registrar el volumen de divulgación en mayor detalle. El uso de las frases se emplea también ya que en ocasiones la identificación de una palabra de manera independiente puede hacer que pierda su significado, ya que no se asociaría al contexto que se completaría con la frase en su conjunto.

C. Determinar los temas para ser codificados y determinación de las categorías empleadas.

El siguiente paso para realizar el análisis del contenido de la información (Neuendorf, 2002) es emplear un libro de códigos (Weber, 1985) para lo cual se clasifica la información divulgada en varias categorías que contemplan los distintos aspectos de la responsabilidad social que se quieren analizar (Aranguren y Maldonado, 2009), en conjunto se incluyen unos 134 elementos, repartidos en un total de 4 ejes temáticos que se definen a continuación. Así, en primer lugar se presentan el conjunto de grupos de interés que van a ser objeto de estudio y en segundo lugar el conjunto de unidades de registro o ítems que componen cada una de las categorías y que permiten su medición.

Las categorías de análisis (unidades y subunidades de registro) se emplean para facilitar el análisis de contenido de cada unidad de muestreo (Unerman, 2000). Guthrie y Mathews (1985: p. 272) declaran que “el análisis de contenido implica la selección de categorías de análisis para caracterizar el contenido del material escrito”. De acuerdo con Tilt (1998), la elección y desarrollo de categorías dentro de las cuales las unidades de captura de datos pueden ser clasificadas es un elemento esencial del diseño de investigación de análisis de contenido.

En un intento para evaluar las prácticas divulgativas de RSC en los documentos analizados (memorias anuales de RSC) va a ser esencial la elaboración de una lista con los temas así como de una serie de elementos o ítems que los desarrollen, incluyendo su



descripción para facilitar la codificación y mejorar su explicación. La literatura provee una gran variedad de temas (p.e. Ernst y Ernst, 1978; Guthrie y Mathews, 1985; Guthrie y Parker, 1990; Gray *et al.*, 1995; Hackston y Milne, 1996; Gao *et al.*, 2005; y Parsa y Kouhy, 2005, 2008). La mayoría de estos estudios construyen sus categorías o estructura de análisis basándose en los estudios previos, no existiendo un consenso claro sobre cuáles son los grupos de interés de una organización, tal y como ponen de manifiesto en sus trabajos Donaldson y Preston (1995), Gray *et al.* (1996), Argandoña (1998) y Whysall (2000). Más aún, la información de RSC es un proceso evolutivo, y la lista de temas a tratar debería tener en cuenta potenciales cambios (Hethering, 2002). Por tanto, esto plantea la necesidad de una definición objetiva de la divulgación de la RSC además de la determinación de un conjunto de categorías, las cuales definirán esta divulgación social (Mashat, 2005).

Concretamente el presente trabajo se va a organizar en función de los contenidos informativos referentes a los distintos *stakeholders*, que según la literatura sobre el tema son empleados con mayor frecuencia en los estudios previos propuestos sobre la revelación de información RSC, Charro (1993), Gray *et al.* (1996)<sup>68</sup> y GRI (2000), y que han sido empleados recientemente por autores como Aranguren (2008), acotándose a aquellos que son más importantes para caracterizar el comportamiento responsable de una entidad (clientes, comunidad, empleados y medioambiente). Si bien Charro (1993) propugna un quinto grupo, los propietarios, comparación de datos de entidades de distinta naturaleza societaria (naturaleza capitalista y social) aconseja no tomar en consideración a este grupo por la posible distorsión de los resultados.

A continuación se definen las diferentes categorías de *stakeholders* propuesta para el estudio de la DRSC:

---

<sup>68</sup> Aunque Gray habla de productos y no de clientes. GRI en su contenido sobre productos se refiere a la relación que mantiene la organización con sus clientes a través de los productos.

- Clientes y productos: Este tema engloba por una parte elementos como servicio a los consumidores, satisfacción de las necesidades de los consumidores, provisión de servicios especiales, quejas/satisfacción de los clientes, relaciones con los clientes. Por otra parte trata sobre temas relacionados con las cualidades de los productos, como por ejemplo el desarrollo de productos, calidad de productos y servicios, cumplimiento de la norma ISO o cualquier otro reconocimiento para los productos o servicios.
- Comunidad: Esta área comprende cualquier referencia a la comunidad, la cual incluye información relativa a inversiones en la comunidad, contribución a la economía nacional (p.e. financiación de proyectos que contribuyan al desarrollo de la economía), préstamos sin intereses a personas con bajos ingresos, apoyo a actividades sociales, así como, apoyo a actividades ya establecidas en la comunidad, como apoyo a la educación o la salud.
- Empleados: Este tema describe el impacto de las actividades organizacionales sobre quienes constituyen los recursos humanos de la organización. Esta clase de revelación incluye informar en asuntos como el número de empleados y su remuneración, igualdad de oportunidades, cuota de participación en la propiedad de los empleados, beneficios para los empleados, indemnizaciones por despidos, ambiente de trabajo, formación, consultas, etc.
- Medioambiente: Política medioambiental, política de préstamo e inversión, conservación de los recursos naturales, etc.

Por otra parte, siguiendo a Aranguren y Maldonado (2009) la aplicación del análisis de contenido pretende clasificar la información divulgada entre los distintos aspectos de la responsabilidad social que se quieren analizar. Se elabora un esquema de clasificación con 23 categorías de contenido, que recogen las principales preocupaciones acerca de cada grupo de interés, a través de los diferentes ítems asignados para cada una de las categorías. Para ello, se han tenido en cuenta diversas propuestas de clasificación de

información de responsabilidad tanto de organismos nacionales e internacionales<sup>69</sup>; así como la información destacada en las memorias a iniciativa de las propias entidades. De todas las fuentes, destaca la propuesta de estandarización de memorias del *Global Reporting Initiative*<sup>70</sup> (en adelante GRI); Owen y Swift (2001) destacan este estándar como la propuesta de principios de mayor reconocimiento para proporcionar información de calidad sobre RSC<sup>71</sup>. Además, se han considerado estudios previos sobre la divulgación social y medioambiental (p.e. Patten, 1991 y 1992; Hackson y Milne, 1996; William, 1999; Cuesta, 2002; Deegan *et al.*, 2002; Cormier, 2004; Vázquez y Cordero, 2007; Aranguren, 2008; Aribi, 2009 y Kavitha, 2011), así como organismos de rating social y/o analistas en sostenibilidad: SAM, EIRIS, VIGEO, OEKOM, SIRI (mediante su filial en España AIS), y el Observatorio de la Responsabilidad Social Corporativa.

Según Hackston y Milne (1999) este modelo de clasificación ha sido probado previamente en otros estudios a través de un conjunto de empresas y posteriormente ha sido revisado en función de lo observado, para adaptar su contenido a la información actual divulgada por las empresas de la población objeto de estudio.

---

<sup>69</sup> Principalmente WBCSD, 2000; UE, 2001; IASB, 1988; AECA, 2005; GRI, 2006 y 2011; Naciones Unidas, 2008.

<sup>70</sup> *Global Reporting Initiative* (GRI) es una organización creada en 1997 al amparo del programa de las Naciones Unidas para el medio ambiente (PNUMA) y la Coalición de Economías Ambientalmente Responsables (CERES), cuyo fin es impulsar la elaboración de memorias de sostenibilidad en todo tipo de organizaciones. Las guías para la elaboración de estas memorias están formadas por un conjunto de indicadores, cuyo uso está muy extendido en todo el mundo. Fuente: [www.globalreporting.org](http://www.globalreporting.org).

<sup>71</sup> Tanto es así, que la práctica totalidad de las EE.FF. españolas, que ofrecen un informe de sostenibilidad, la siguen. Este dato se estima de examinar de manera conjunta las bases de datos de GRI y *Corporate Register*, de este modo el total de entidades que publicaron informe de sostenibilidad en 2010, lo hicieron empleando el esquema de *reporting* de GRI para memorias de sostenibilidad.

En total se han tenido en cuenta 134 ítems agrupados en un total de 23 dimensiones de contenido repartidos entre los 4 grupos o dimensiones de contenido identificados previamente.

#### Criterios para la selección de los indicadores empleados

Para cumplir con el fin de objetividad sugerido por Krippendorff (1980), la información divulgada que es proporcionada por las categorías debe facilitar y permitir a un investigador independiente determinar qué es y qué no es DRSC.

Por esta razón, la *Guidance on Corporate Responsibility Indicators* (2008) fija una serie de criterios de calidad que deben ser tenidos en cuenta en la selección de los indicadores que satisfagan las necesidades comunes de un amplio abanico de usuarios de los informes de responsabilidad social corporativa:

- Comparabilidad: los usuarios deben ser capaces de comparar los indicadores a lo largo del tiempo y entre empresas para permitirles identificar y analizar el resultado de los cambios en las políticas y en la gestión.
- Relevancia y materialidad: Para que sea útil, la información debe ser relevante para encontrar e identificar las necesidades de los usuarios y tenerlas en cuenta en la toma de decisiones. Además, la información tiene la cualidad de la relevancia cuando esta influye en la opinión o decisión de los usuarios ayudándoles a evaluar el pasado, presente o futuro de los hechos, o confirmando o corrigiendo sus pasadas evaluaciones.
- Comprensibilidad: la información de responsabilidad social debe ser comprensible por parte del lector. Esto quiere decir que la forma de presentación tiene que estar en consonancia con el conocimiento y experiencia de los usuarios, y debería incluir lo siguiente: un buen diseño; clasificación sistemática de temas e indicadores; uso conciso del lenguaje; y una explicación de términos desconocidos empleados.

- **Fiabilidad y verificabilidad:** la información tiene la cualidad de ser fiable cuando está libre de errores o parcialidad, y cuando proporciona una verdadera, completa y equilibrada visión de la situación real. La información debería ser fiel y representativa de la situación real del negocio, completa dentro de los límites de lo que es relevante, equilibrada tanto en los aspectos positivos como negativos, presentada dentro del contexto correcto, y libre de errores. Debería además ser neutral (libre de imparcialidad). La información social de la empresa no será neutral si, en la selección o presentación de la información, influye en la toma de una decisión con el fin de alcanzar un resultado predeterminado.

El indicador seleccionado debería permitir la verificación interna como externa.

Asimismo se necesita de la elaboración de un esquema de clasificación o índice de contenido y la definición de unas normas para codificar, medir y recoger la información analizada (Milne y Adler, 1998), que finalmente conduzca a la elaboración de un índice de divulgación que mida y puntúe la RSC.

Este esquema estará integrado por varias áreas de análisis que se van a corresponder con cada uno de los *stakeholders* identificados previamente y que a su vez contendrán cada una de ellas una serie de elementos o indicadores a considerar. Posteriormente, de cada una de estas áreas se genera un índice de divulgación, además del índice de divulgación general.

D. Sistema de codificación, diseño del índice de contenido.

La codificación es el proceso por el que los datos brutos ofrecidos por las entidades se transforman sistemáticamente en unidades que permiten una descripción precisa de las características de su contenido (Holsti, 1969). Con ello se consigue que los datos contenidos en los documentos originales puedan ser transformados de manera que se pueda interpretar su contenido y ser representados a través de diversas técnicas numéricas y estadísticas. Por su gran importancia para el desarrollo de la investigación, este punto será analizado en profundidad en el siguiente apartado del capítulo de forma independiente (herramienta de análisis: el índice de divulgación de responsabilidad).

E. Determinar el modo de codificación.

Existen dos tipos de modos de codificación de la información: el primero de ellos consiste en la codificación manual y el segundo de ellos mediante la ayuda de ordenadores. Por una parte la interpretación que hacen las computadoras tiene sus ventajas, como son la velocidad, menor número de errores y la obtención de datos comparables formalmente (Wolfe, 1991). Hethering (2002) añade que el uso de ordenadores para la codificación tiene el potencial de adoptar las preguntas de investigación hechas a lo largo de toda la investigación, sin tener que analizar el informe completo. Sin embargo, para el propósito de este estudio, se ha decidido centrarse en la interpretación humana como método de codificación a emplear. Esto es debido a que es complejo para el ordenador adquirir el significado, o el tema, implícito o tácito, y por otra parte solo proporciona datos explícitos (Carney, 1972; Wolfe, 1991).

F. Ensayo de codificación de la prueba de texto (test piloto).

Una vez decidida la forma en que se iban a plasmar en el trabajo, los datos recogidos en las memorias, se procede a realizar un ensayo con una muestra de documentos como estudio piloto previo a la realización del análisis de contenido principal; este es llevado a cabo con el objetivo de examinar la fiabilidad del índice de divulgación y asegurar su

capacidad para representar varios aspectos de la divulgación social del conjunto de entidades estudiadas.

Aparte de esto, siguiendo a Weber (1990), la experiencia práctica añadida del investigador concede más fiabilidad que se podría sumar incrementando la exactitud de los resultados del análisis de contenido<sup>72</sup>. Además, esto permite al investigador que el proceso de análisis de contenido le sea más familiar.

La prueba piloto constará de dos partes: la primera tratará de eliminar imperfecciones en el diseño de los contenidos informativos que puedan limitar la validez de los resultados alcanzados; y finalmente, una vez revisado el índice de contenidos inicial, se mide, a través de herramientas estadísticas, la fiabilidad que la medición del índice de divulgación ofrece.

- Fiabilidad del índice de contenido

Tras la realización de la prueba piloto, varios cambios, referentes a la distribución de los elementos de análisis, fueron sugeridos (unión, eliminación, adición o cambio de denominación de ítems y categorías de contenido) para la mejora de la estimación del índice de contenido sobre la propuesta, ordenados por grupos de interés. A partir de la tabla de contenidos inicial (anexo 5) se realizaron las siguientes sugerencias de cambio:

- Clientes

- Añadir: “consideración de criterios sociales a través del diseño de productos y servicios básicos”.
- Unir ítems “oferta de productos con matices de sostenibilidad” y “marketing y venta responsable a grupos de clientes sensibles” en “oferta de productos sostenibles y venta responsable a grupos de clientes sensibles”.

---

<sup>72</sup> Experiencia previa, trabajando durante dos años en EE.FF.

### Capítulo 3: Desarrollo de las hipótesis y metodología de investigación

- Incluir información sobre adhesión a principios y acuerdo sobre responsabilidad de las inversiones.
  - Se desarrolla el apartado “inclusión financiera” diferenciando entre inclusión geográfica o territorial e inclusión financiera de colectivos en riesgo de exclusión.
  - Informar sobre la accesibilidad a canales no presenciales.
  - Se unen los apartados “diseño y oferta de servicios y productos financieros” con “comunicaciones de marketing”.
  - Se cambia de ubicación el ítem “privacidad del cliente, secreto bancario” a la categoría de “cumplimiento de la normativa”.
  - Cambiar de categoría el ítem “alfabetización y educación financiera” a la categoría “inclusión de clientes”.
  - Sustituir la categoría “diseño y etiquetado de servicios y productos” por “satisfacción del cliente y calidad del servicio prestado”.
- Comunidad
- Cambio de nombre: “competencia desleal” por “competencia desleal y libre competencia”.
  - Cambio de nombre: “financiación a compañías en proyectos de componente social” por “participación en el capital de compañías con proyectos de componente social”. De este modo se destaca el hecho de que las EE.FF.D. apoyan a las entidades no de forma circunstancial en proyectos aislados, sino de manera estable a través de su participación en el capital social.
  - División de “activos sujetos a controles sociales” en: “créditos concedidos con fines sociales” y “criterios sociales en la evaluación de clientes y socios”. De



este modo se trata de diferenciar los criterios empleados en la concesión y el volumen total de los mismos ya concedidos.

- Unir ítems “puntos de acceso en áreas de escasa población” y “acceso a áreas económicamente desfavorecidas” en otro denominado “inclusión financiera”.
- Modificación de denominación de ítem “evaluación de la corrupción en unidades de negocio” por el de “mecanismos de verificación y evaluación de la implantación y cumplimiento de las medidas contra el soborno en las unidades de negocio”.
- Se añaden los ítems: “evaluación y control de riesgos sociales en las líneas de negocio”; “aportación de la empresa al entorno local (empleo, salarios e ingresos fiscales)”; “activos sujetos a controles sociales”; “financiación a compañías en proyectos con componentes social”; “política de voto accionarial en asuntos sociales”; “políticas sobre uso de paraísos fiscales”.

- Empleados

- Se unen los elementos informativos: “comunicación y consulta” y “relaciones empresa / trabajador”.
- Unión de los ítem: “sistemas de negociación colectiva” y “acuerdos retributivos y de condiciones de trabajo”; “política y programas de formación continua” con “gestión de carreras profesionales”; “encuesta de clima laboral” e “Índice de satisfacción”.
- Cambio de denominación Ítem “Becas y prácticas profesionales”: Se sugirió su cambio por el de “Contratación a través de prácticas profesionales” ya que la nueva denominación, a diferencia de la anterior, exige para que sea tenida en cuenta como elemento de RSC que las EE.FF.D. empleen las prácticas y becas como herramienta de selección de personal. La definición anterior no hace

distinción entre las EE.FF.D. que emplean las becas y prácticas como paso previo a la contratación de los becarios y aquellas otras que hacen un empleo no tan ético de las mismas mediante la rotación de becarios como medio para evitar la contratación de empleados de manera indefinida.

- Modificar ítem “compromiso de los empleados con la comunidad” por “voluntariado corporativo”; este cambio aglutina medidas para implementar políticas sociales entre los empleados no solo encaminadas a la comunidad sino también hacia el medioambiente.

- Medioambiente

- Eliminación Ítem: “Estudios de evaluación del impacto ambiental”: por carecer de aplicación sobre el sector financiero ya que la actividad realizada por este se realiza en espacios que no suponen un impacto medioambiental y paisajístico de consideración en el entorno en que desarrollan su actividad.
- Eliminar ítem “impactos en el hábitat” debido a que este indicador se refiere a impactos directos en ecosistemas donde la actividad es realizada, y debido al escaso o nulo impacto de la actividad financiera de manera directa, este indicador carece de significado.
- Cambio de denominación del ítem “energías renovables” por “empleo de energías renovables”.
- Cambio de nombre: ítem “detalle de gastos e inversiones” se desglosa en “participación en el capital de compañías con proyectos de componente medioambiental” y en “fondos destinados a actividades medioambientales en la sociedad”; de esta forma, se especifica mucho más el objeto de la información buscada.

- Eliminación del ítem “impacto medioambiental de los productos”, ya que se solapa en su propósito con el ítem “productos y servicios diseñados para proporcionar un beneficio medioambiental”.
- Eliminación del ítem “auditorías para evaluar la implementación de políticas medioambientales y los procedimientos de evaluación del riesgo”, debido a que se solapa con el ítem “evaluación y control de riesgos medioambientales de clientes y en las líneas de negocio”.
- Se añaden los ítems: “consideración de consecuencias financieras y otros riesgos y oportunidades para las actividades de la organización debido al cambio climático”; “fondos destinados a actividades medioambientales en la comunidad”; “exigencia de criterios medioambientales a proveedores”; “productos y servicios diseñados para proporcionar un beneficio medioambiental”; “evaluación y control de riesgos medioambientales de clientes y en las líneas de negocio”; “control de riesgos medioambientales de clientes y en las líneas de negocio”; “política medioambiental y sistemas de gestión medioambiental”; “productos y servicios diseñador para proporcionar un beneficio medioambiental”.

Por tanto, todas estas modificaciones en el índice de contenido inicial dieron como resultado la reestructuración del mismo como se indica en el (Anexo 6), dando forma a los elementos de contenido que componen cada IDR.

#### G. Evaluación de la fiabilidad y la validez de las medidas de divulgación.

Para medir la fiabilidad que el índice de divulgación ofrece, varias memorias de entidades fueron elegidas aleatoriamente para asegurar la facilidad de uso y conveniencia del sistema seleccionado y para que pudieran ser analizadas, no solo por el investigador, sino también, por otra persona ajena al estudio. En total se analizó el contenido de seis (23% del total de informes) de las memorias anuales de entidades

como parte del trabajo piloto anterior al acopio del resto de datos para el estudio. Los informes fueron codificados basándose en las categorías de contenido seleccionadas y definidas previamente. A lo largo de la prueba piloto varias dificultades referentes, entre otros, a la interpretación de las reglas de decisión fueron tenidas en cuenta y clarificadas. Las soluciones aportadas fueron discutidas con el grupo de supervisión y otros académicos quienes tienen experiencia previa en el uso del análisis del contenido.

La fiabilidad y validez hacen referencia a los procedimientos de medición, los cuales proporcionan los mismos resultados en ensayos repetidos (Neuendorf, 2002). En otras palabras, la fiabilidad y la validez se determinan para asegurar que los distintos investigadores codifiquen el texto de la misma manera y por lo tanto se vea disminuida la probabilidad de incurrir en inexactitudes y sesgos. Yin (2003) describe la fiabilidad como el grado en que un ensayo o procedimiento genera resultados similares en todas las ocasiones bajo las condiciones de contraste. Krippendorff (1980), identifica tres clases de fiabilidad para el análisis de contenido: la estabilidad, la reproducibilidad y la exactitud. De entre todas las expresiones de la fiabilidad, la reproducibilidad de la información, es el más consistente y factible de los test a llevar a cabo.

Por su parte, la estabilidad se refiere a la habilidad de un evaluador para codificar los datos de la misma manera con el paso del tiempo. Esta se trata de la forma menos sólida de realizar el test de fiabilidad (Milne y Adler, 1999). Por otro lado, la reproducibilidad hace referencia a la fiabilidad entre los evaluadores (Milne y Adler, 1999). Se refleja en la medida en que la codificación es la misma cuando es empleada por distintos codificadores (Weber, 1988). Una alta reproducibilidad es en palabras de Weber (1990) el estándar mínimo para el análisis de contenido. Finalmente, la exactitud consiste en la evaluación de los resultados de la codificación frente a un estándar predeterminado (Milne y Adler, 1999). Guthrie y Mathews (1985) señalan que no hay

identificados unos estándares específicos para la divulgación de la RSC<sup>73</sup> y en consecuencia tampoco se dan unas correctas mediciones y resultados. Por lo tanto, para asegurar de una forma sólida la fiabilidad del estudio, es esencial que este sea reproducible y estable.

La fiabilidad de las decisiones de codificación tras la realización de una prueba piloto demostraron que se alcanzó un nivel aceptable con anterioridad a que al codificador se le permitiera codificar el conjunto de datos principal. Varios fueron los pasos seguidos para asegurar la fiabilidad alcanzada:

- Buena especificación de los instrumentos de codificación, con unas normas de decisión bien especificadas desarrolladas con el fin de minimizar las discrepancias y cumplir con los requisitos de objetividad<sup>74</sup>.
- El investigador, codificador principal, ha tenido que pasar por un extenso período de formación previo al comienzo del proceso de análisis con el fin de obtener un mejor conocimiento del tema.
- Para asegurar la reproducibilidad, seis memorias de responsabilidad anuales fueron analizadas por diferentes codificadores<sup>75</sup> en una prueba piloto. Las ambigüedades fueron debatidas con el autor, quien se esforzó en asegurarse que todos los codificadores usaran las mismas normas de codificación; y cualquier cuestión planteada fue usada para desarrollar el marco de análisis.

---

<sup>73</sup> Se corrobora en el caso español en los trabajos de Carmona y Carrasco (1988); Fernández y Luna (2003); García-Ayuso y Larrinaga (2003) y Ochoa y Aranguren (2005).

<sup>74</sup> Los requisitos de objetividad estipulan que las categorías de análisis sean definidas de forma tan precisa que diferentes analistas puedan aplicarlas sobre el mismo conjunto de contenidos y asegurar los mismos resultados (Berelson, 1952).

<sup>75</sup> Dos investigadores independientes quienes se encuentran cualificados y familiarizados con el empleo del análisis del contenido fueron requeridos en esta investigación como codificadores.

- Cada paso en el proceso de investigación debe cumplir con los fundamentos de los procedimientos y normas formuladas explícitamente. Por otra parte, las definiciones utilizadas en la recolección de datos deben ser negociadas para poder entender estos "significados compartidos", que recrean "los mismos referentes por parte de todos los investigadores relacionados".
- Con el fin de comprobar la estabilidad en el proceso de medición, algunas partes de las memorias de responsabilidad, las cuales fueron posteriormente analizadas por el investigador, fueron analizadas durante la prueba piloto. Este procedimiento se realizó con el fin de comprobar si las categorías iniciales identificadas y su medición se habían mantenido estables en diferentes momentos (estabilidad).

De acuerdo con Krippendorff (1980), además de ser fidedignos, los datos recogidos deben ser válidos. A este respecto, Holsti (1969) argumenta que la objetividad implica que todas las decisiones deben estar guiadas por un conjunto explícito de reglas que minimizan (pero nunca eliminan) la posibilidad de que los resultados reflejen la posible predisposición subjetiva del investigador en lugar del contenido de los documentos objeto de análisis. Para mejorar la validez, los temas sobre RSC desarrollados fueron bien definidos (ver anexo 6), como se mencionó anteriormente; como también, lo fueron las reglas formuladas de manera explícita y procedimientos que fueron aplicados. El acuerdo entre el investigador y otros codificadores en la categorización del texto, como se mencionó anteriormente, puede ser usado para proveer una muestra en que el procedimiento utilizado en la categorización es válido.

El método empleado para medir la fiabilidad de las observaciones fue el alpha de Krippendorff. Este método ya ha sido empleado de forma frecuente en trabajos anteriores (p.e. Seppanen, 2009 y Hassan, 2010) como método estándar de medición de la fiabilidad.

Para determinar un nivel mínimo aceptable de fiabilidad, a continuación, Seppanen (2009) propone una interpretación de los grados de significación del alpha de Krippendorff:

Tabla 20. Interpretación del significado del alpha de Krippendorff.

K	Interpretación
0,00 – 0,2	Acuerdo escaso
0,21 – 0,4	Ligera coincidencia
0,41 – 0,6	Acuerdo moderado
0,61 – 0,8	Acuerdo sustancial
0,81 – 1,00	Acuerdo casi perfecto

Fuente: Seppanen (2009).

Tras la revisión realizada por los dos codificadores, y la medición de la calidad de la divulgación social, cada codificador informa sobre la puntuación otorgada a cada elemento informativo examinado: consumo ético, satisfacción del cliente, ..., medioambiente, productos y servicios. De este modo, se aplica a cada categoría el estadístico escogido, el cual queda de la siguiente manera:

Tabla 21. Fiabilidad de la fiabilidad de las mediciones de calidad informativa.

	Alpha de Krippendorff		Alpha de Krippendorff
IDRc1	0,696	IDRh1	0,884
IDRc2	0,785	IDRh2	0,872
IDRc3	0,774	IDRh3	0,718
IDRc4	0,943	IDRh4	0,639
IDRc5	0,872	IDRh5	0,693
IDRs1	0,871	IDRh6	0,798
IDRs2	0,912	IDRh7	0,843
IDRs3	0,688	IDRe1	0,691
IDRs4	0,732	IDRe2	0,971
IDRs5	0,838	IDRe3	0,615
IDRs6	0,621	IDRe4	0,675
		IDRe5	0,943

Fuente: elaboración propia.

De este modo, la tabla 21 indica la existencia de un alto grado de acuerdo entre los dos codificadores, el cual puede ser atribuido a la claridad con la que las entidades presentan la información a través de memorias de responsabilidad independientes de

los informes financieros comunes. En consecuencia, este grado de acuerdo puede también verse reflejado en el grado de claridad en los índices de divulgación.

Además, la tabla anterior indica que en todos los casos se alcanza al menos un acuerdo sustancial (trece categorías informativas), mientras en el resto (diez) el acuerdo es casi completo. Las principales razones señaladas por los codificadores, en relación a los resultados con menor grado de fiabilidad, se refieren a que en esos casos las EE.FF.D. ofrecen un amplio abanico de datos referentes a estas categorías, lo que hace que, en ocasiones, los codificadores puedan discrepar.

##### 5. HERRAMIENTA DE ANÁLISIS: EL ÍNDICE DE DIVULGACIÓN DE RESPONSABILIDAD (IDR)

Finalmente, como síntesis de la información analizada en las memorias se emplea el índice de contenido. Esta técnica constituye una de las herramientas básicas para determinar la transparencia informativa (Bonsón y Escobar, 2004). El objetivo de la elaboración de un índice de contenido es el de mostrar los aspectos más significativos que revelan las compañías a través de sus memorias anuales de sostenibilidad emitidas de manera independiente con respecto a las tradicionales memorias económico-financieras.

La elección de la herramienta del índice de divulgación en el estudio y síntesis de la información de sostenibilidad, obtenida a partir de la metodología del análisis del contenido, obedece a la necesidad de suministrar un método claro y objetivo, a la vez que contrastado, de agregación de datos. El éxito en su uso, según Marston y Shrives (1991), se debe a su constante uso de índices en la economía (IPC para los índices de precios o el caso de índices bursátiles), constituyéndose este como el método más aceptado en los estudios empíricos sobre divulgación de información (García-Meca y Martínez, 2004).



En la tabla 22 se sintetizan algunos de los trabajos que han empleado esta herramienta en el análisis de los contenidos informativos de RSC.

Tabla 22. Métodos de agregación de información empleados en el ámbito de la RSC.

Herramienta metodológica	Autor	Año
Índice de divulgación	Giner-Inchausti	1997
	Rojo y Sierra	2000
	Bukh <i>et al.</i>	2001
	Larrán y Giner	2001
	García-Meca y Martínez	2004
	Cuesta <i>et al.</i>	2006
	Aranguren	2008
	Aranguren y Maldonado	2009
	Rios <i>et al.</i>	2012
Análisis factorial	Deniz y Cabrera	2005
	Cea	2010
	Seguí	2010
Análisis factorial confirmatorio	Pérez-Ruiz	2012

Fuente: elaboración propia a partir de García-Meca y Martínez (2004).

Por otra parte, si bien existe gran variedad de métodos para la agregación de datos que son empleados en las ciencias sociales, aún no se aplican de forma generalizada en el campo de la RSC y más concretamente en el análisis del contenido de memorias sociales.

Uno de los métodos alternativos al índice de contenido más ampliamente utilizados es el análisis factorial. Si bien este método ha sido utilizado en el ámbito de la RSC, ha sido usado principalmente en trabajos cuya base de estudio se centra en entrevistas y encuestas. Este método no sería del todo aconsejable en el presente trabajo ya que el objetivo de este método es la búsqueda de una estructura subyacente, y como indican Carroll y Shabana (2010), el conjunto de temáticas informativas recogidas en el estudio ya se organizan en base a categorías de indicadores con base en la propuesta de la GRI.

Otros métodos empleados en la construcción de indicadores sintéticos son:

- Análisis envolvente de datos: método inicialmente propuesto por Charnes, *et al.* (1978), como apunta Martínez *et al.* (2005), sus usos prácticos son aún muy limitados. Por otra parte este método introduce cierto nivel de subjetividad ya que en su cálculo se utilizan criterios de ponderación, los cuales no son compatibles con el objetivo del presente trabajo.
- Análisis de la distancia P2: método enunciado por primera vez Pena (1979), su uso ha estado ligado desde un principio a la medición del bienestar social.
- Programación de meta-análisis: este método tiene como objetivo integrar los distintos hallazgos procedentes de diversos experimentos (Smith y Glass, 1977); la falta de un conjunto de estudios que analicen los contenidos informativos en las memorias desde una metodología homogénea dificulta su aplicación en este caso.

Una vez justificada la elección del método de síntesis de los contenidos informativos, se pasa a explicar las características del índice de contenido diseñado.

Este método tiene como principal ventaja la medición de la calidad de la información suministrada frente a otros métodos (medidas del volumen de divulgación), enfocados en la medición del volumen total de información. Douglas *et al.* (2004) afirman que el volumen de divulgación no necesariamente refleja la calidad de la información social de las empresas. Por lo tanto el método de medición escogido no va a medir el volumen de información sino la revelación / no revelación de los elementos que se proponen en el esquema de clasificación.

De este modo, para llegar a obtener estos índices de contenido se tiene en cuenta, en primer lugar, la presencia o ausencia de cada uno de los ítems informativos que conforman el índice y que pueden estar presentes en el texto (Bardin, 1986), así como la naturaleza cualitativa o cuantitativa de la información, siguiendo así la propuesta de Ochoa (1998). En este sentido, con el fin de enriquecer los datos de análisis de contenido y proveer un análisis en profundidad, se debe de realizar un esfuerzo para

captar la calidad y el tipo de divulgación. Diversos estudios previos (p.e. Guthrie y Mathews, 1985; Guthrie y Parker, 1990; Gray *et al.*, 1995 y Aranguren, 2008) concluyeron que el contenido informativo de forma cuantitativa posee un mayor nivel de calidad informativa frente a la información de tipo cualitativa (Botosan, 1997), ya que entre otras ventajas facilita la comparabilidad de la información en términos interanuales y a nivel de entidades.

Para llevar a cabo tanto la codificación, la medición, así como la recolección de la información es empleado un índice de divulgación de información. En este caso es denominado Índice de Divulgación de Responsabilidad<sup>76</sup> (IDR), se trata de un índice de contenido de elaboración propia y se encuentra basado en diversos índices empleados en trabajos previos realizados sobre el tema, así como a partir de la información empleada por la guía GRI y los criterios empleados por las agencias de rating social.

Por ello, para la medición de la calidad de la información se empleará un sistema de puntuación que otorgue mayor valor a la información cuantitativa (Botosan, 1997, entre otros); Así, los ítems de información podrán tomar valores 0, 1 ó 2 según se resume y define en la tabla siguiente:

---

<sup>76</sup> Dado el carácter multipropósito de la información solo un índice no ponderado permite un análisis independiente de las percepciones de un tipo de usuarios en particular; por tanto los índices se miden directamente sin aplicar ponderaciones.

Tabla 23. Puntuaciones de ítems del análisis de contenido.

Puntos	Definición	Criterio
0	La entidad no emite información sobre el elemento	No se menciona / no hay evidencia documental
1	La información emitida es de tipo cualitativo, se expresa de forma no numérica	Se declara compromiso público (convenios, acuerdos, tratados, políticas y códigos de la empresa) y se informa de manera genérica
2	La información suministrada es de tipo cuantitativo, es expresada por medio de cifras o números	Ofrece información sobre resultados concretos alcanzados mostrados de forma numérica

Fuente: elaboración propia.

Para el cálculo del IDR se considera la suma de los elementos, sobre la puntuación máxima teórica que se obtendría si las entidades emitieran información cuantitativa de todos los indicadores tenidos en cuenta en el esquema de clasificación (Ochoa, 1998). El IDR por tanto podrá tomar valores entre 0 y 2; es decir, cuanto mayor sea este, mayor nivel de divulgación y por lo tanto de transparencia informativa estará ofreciendo la entidad (Bonson y Escobar, 2004 y García-Meca y Martínez, 2004). Esto se debe a que la precisión y fiabilidad de la información aportada de forma cuantitativa es mayor, aportando más confianza sobre la actividad de las entidades. Esta metodología se puede fundamentar en que todas las empresas pueden suministrar información sobre un tema, sin embargo, no se valorará de la misma forma si, por ejemplo, una EE.FF.D. indica que contribuye a la economía local contratando con proveedores locales, en vez de indicar el porcentaje sobre el total de los suministros contratados que provienen de empresas locales.

A efectos de análisis de los resultados se ha considerado como aceptable la calificación a partir de 1 (adaptado de Aranguren, 2008).

Tabla 24. Fórmula de cálculo de los índices de contenido.

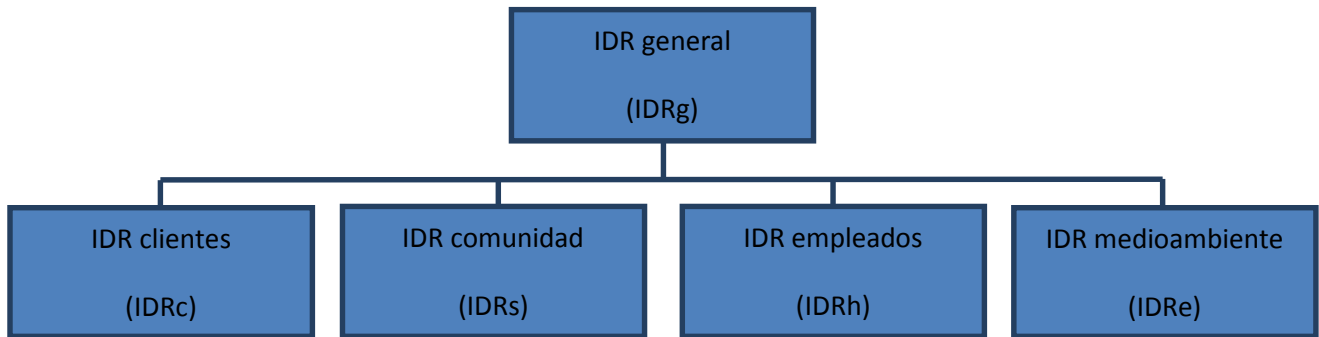
Fórmula de cálculo de los índices de contenido	
$IDRge = (IDRce + IDRse + IDRhe + IDRee) / 4$	
$IDR(c_e, s_e, h_e, e_e) = \frac{IDRc_e + IDR_s_e + IDR_h_e + IDR_e_e}{4}$ $IDR(c_e, s_e, h_e, e_e) = \sum_{j=1}^i i_j / i$	
<p>Donde:</p>	<p><math>IDRc_e</math> Índice de divulgación Clientes de la entidad e</p> <p><math>Rc_e</math> Número máximo de ítems (26)</p>
<p>Donde:</p>	<p><math>IDRs_e</math> Índice de divulgación Comunidad de la entidad e</p> <p><math>Rs_e</math> Número máximo de ítems (30)</p>
<p>Donde:</p>	<p><math>IDRh_e</math> Índice de divulgación Empleados de la entidad e</p> <p><math>Rh_e</math> Número máximo de ítems (42)</p>
<p>Donde:</p>	<p><math>IDRe_e</math> Índice de divulgación Medioambiente de la entidad e</p> <p><math>Re_e</math> Número máximo de ítems (26)</p>

Fuente: elaboración propia.

El IDR se compone de un índice general denominado IDRg, que mide el grado de sensibilidad global, el cual representa el nivel de divulgación de responsabilidad medio

Figura 11. Niveles de medición de la RSC.

de toda la entidad, que a su vez es un agregado de los distintos contenidos de los índices de divulgación parciales (IDRc, IDRs, IDRh, IDRe) que miden cada uno de los principales contenidos informativos identificados en las memorias (clientes, comunidad, empleados y medioambiente) respectivamente, en el siguiente cuadro se puede ver de forma esquemática:



Fuente: elaboración propia.

## 6. OTRAS HERRAMIENTAS DE ANÁLISIS DEL CONTENIDO

En este apartado de lo que se trata es de utilizar diversas técnicas estadísticas sobre el IDR calculado en el apartado anterior, de este modo se procesan los datos obtenidos y se trata de verificar las diferentes hipótesis planteadas. Las partes en las que se agrupan estas técnicas son dos: análisis descriptivo y análisis inferencial.

Como parte del análisis descriptivo se encuentran:

### **6.1. Análisis de la media y la varianza**

En esta primera etapa se recogen medidas de posición y dispersión, que son representativas de la muestra objeto de estudio, de este modo se calcula la media de los índices de divulgación y el coeficiente de variación de los indicadores, así como la significatividad de las diferencias. Como indica Uriel (1995), se trata de un método estadístico, para determinar si una variable de responsabilidad social, en este caso, las categorías de información, toman valores medios iguales o distintos al resto de categorías divulgativas observadas.

Es una técnica que ha sido empleada previamente en otros estudios en la materia de manera exitosa (por ejemplo Da Silva, 2006; Pérez-Ruiz y Rodríguez del Bosque, 2012).

Para realizar este análisis en primer lugar se debe de distinguir si los conjuntos de variables que se estudian son independientes o no, así se emplea:

- En el caso de que lo que se pretenda estudiar sea la existencia de diferencias de medias en muestras relacionadas se aplica la técnica estadística de la T de Student, ya que se compara pares de variables medidas en los mismos individuos.
- En caso de estudiar variables independientes, son empleados los siguientes métodos:

- T-Student: es empleada al igual que en la situación anterior pero adaptado a la comparación de medias cuando estas son independientes; lo que se persigue con ello es corroborar una serie de hipótesis en relación a si existen diferencias entre las medias de pares de variables independientes entre ellas. Otra herramienta a emplear en este caso sería el test no paramétrico de Mann-Whitney en el caso concreto de que, como indica Caridad (2011) “las poblaciones son claramente no normales y los tamaños muestrales inferiores a los señalados”.
- Anova de un factor: se emplea para realizar un análisis de la varianza con el que se comprueba si existen diferencias entre las medias de dos o más grupos, no relacionados (Camacho, 2004).

## **6.2. Análisis de tablas de contingencia**

Las tablas de contingencia son empleadas de manera mayoritaria por aquellos trabajos en los que se trate de estudiar la relación entre dos o más variables de naturaleza cualitativa. Se emplea el coeficiente de contingencia para validar el nivel de significación que las variables alcanzan.

En el caso que nos ocupa, las tablas de contingencia son de interés para el estudio de forma desagregada de los contenidos informativos de las memorias, los ítems informativos, unidades básicas de registro empleadas en el estudio. En relación a estos se compara de forma cualitativa si la información es o no es emitida.

## **6.3. Análisis clúster o por conglomerados**

En esta etapa de la investigación se aplica la técnica de análisis por conglomerados. Se trata de agrupar a las EE.FF.D. en función de cómo enfoque cada entidad la divulgación de información de RSC, identificando grupos de entidades cuyos integrantes sean homogéneos y diferentes de las pertenecientes a otros grupos. Así mismo se pueden identificar perfiles concretos de cada conjunto. Esta es una técnica empleada de forma



profusa en el ámbito de la RSC (p. e. Llena *et al.*, 2007; Lindgreen *et al.*, 2009; Webb *et al.*, 2009; Capó, 2010 y Seguí, 2010).

Una de las ventajas que ofrece el análisis por conglomerados a diferencia del análisis factorial, es la de poder realizar agrupaciones de entidades atendiendo a una serie de características identificadas previamente (Gutiérrez-Jaímez, 1999) que las distinguen de otras y por las cuáles se distingan en su posicionamiento o forma de enfocar la divulgación sobre información social. Por otra parte, a diferencia de otras técnicas de análisis multivariante, no distingue entre variables dependientes e independientes, sino que, dado un conjunto de variables (las variables de decisión), analiza la información con el objetivo principal de segmentar a la población en grupos de forma que, respecto a un factor las entidades van a ser similares entre sí, mientras que van a mostrar muchas diferencias con las entidades pertenecientes a otros grupos (Hair, 1995). A partir de la aplicación de un análisis de agrupación de tipo jerárquico, se construyen los centroides o centros de los conglomerados finales que se emplea en el algoritmo de K-medias, empleado para determinar el número óptimo de grupos de entidades o clústeres. Finalmente se validará el modelo mediante la evaluación del nivel de significación alcanzado por los centroides lo que permite determinar si los segmentos de entidades son lo suficientemente diferentes entre ellos.

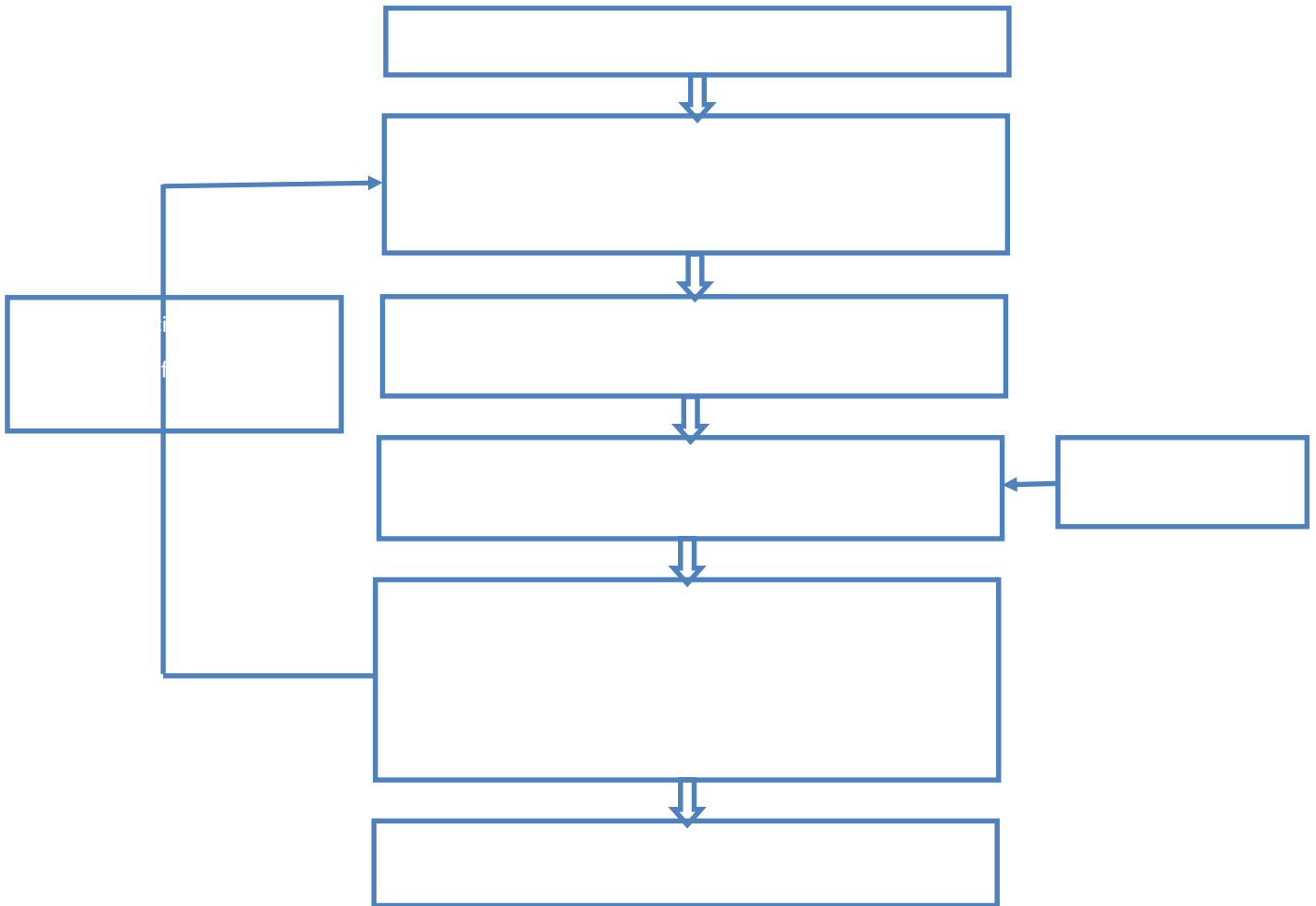
Como parte del análisis inferencial la metodología estadística a seguir es la siguiente:

Esta técnica estadística es empleada en la última parte del trabajo para el análisis de determinantes divulgativos.

#### **6.4. Análisis de regresión multivariante**

Para llevar a cabo esta parte del estudio, en primer lugar se van a enunciar los pasos a seguir en la elaboración del modelo, que se resumen en la siguiente figura y que se desarrollan en el capítulo de análisis de resultados.

Figura 12. Estructura de elaboración del modelo de regresión.



Fuente: Adaptado de Caridad y Ocerin (2002).

Para identificar las características asociadas a un mayor nivel de información divulgada se va a plantear un modelo de regresión en el que se relacione los niveles de divulgación con las características de la entidad. Como ejemplos de su uso encontramos los trabajos sobre las relaciones existentes entre la divulgación de información no financiera y las características de las entidades y que se ha adaptado en nuestro caso para explicar la relación con el nivel de revelación de información responsable (por ejemplo Meek *et al.*, 1995 y Robb *et al.*, 2001).

## 7. LIMITACIONES DEL ANÁLISIS DE CONTENIDO

Se reconoce que el uso del análisis de contenido, a pesar de las ventajas comentadas antes, presenta algunas limitaciones (Gray *et al.*, 1995; Tilt, 1998; Milne y Adler, 1999 y Unerman, 2000), entre las que destacan dos en función de la naturaleza de las mismas: subjetividad y sesgo; valoración de la información suministrada; y selección de los indicadores a medir y de los temas principales que se tratan.

Una de las mayores limitaciones que presenta el estudio es la subjetividad que envuelve la codificación (Deegan y Rankin, 1996; Frost y Wilmshurst, 2000) ya que por sí solo no es suficiente para determinar las intenciones del comunicador del texto escrito que es objeto de análisis (Tilt, 1998). Existe un elemento de subjetividad involucrado en esta técnica, como es que “el mismo documento pueda significar cosas totalmente distintas para diferentes usuarios” (Tilt, 1998: 18). En este sentido Milne y Adler (1999) enfatizan que con el fin de validar las inferencias sacadas a partir del análisis del contenido la fiabilidad tanto de los datos como de los instrumentos empleados debe ser alcanzada.

Por otro lado existe el riesgo (Gray *et al.*, 1995) de enfatizar la cantidad por encima de la calidad de la información revelada. Esto puede dar como resultado una pérdida de información significativa que puede ser mitigada mediante el uso exhaustivo del sistema de puntuaciones definido para diferenciar los niveles de calidad ofrecidos por cada tipología de informativa.

En este capítulo sin embargo, para superar estos inconvenientes, se han proporcionado evidencias empíricas sobre la fiabilidad del análisis del contenido. Para ello se ha realizado una prueba piloto sobre una muestra del conjunto de unidades de muestreo analizadas, usando para ello varias medidas de fiabilidad que han sido empleadas en estudios previos. Con esto se ha pretendido aumentar la objetividad en la elección y definición de los contenidos, lo que tiene una posterior repercusión positiva en la codificación de los datos haciéndola de igual modo más objetiva. Por otra parte, para salvar el problema de la pérdida de información de tipo cualitativo, se ha tenido en

cuenta este hecho mediante la elaboración de un índice de contenido sintético (IDR) que combina y diferencia entre información de ambos tipos.

La próxima parte del estudio (análisis de los resultados) presenta un examen empírico de los modelos teóricos sugeridos con el fin de explicar por un lado las diferencias en el modo de atender a los grupos de interés y por otro lado explicar los determinantes de la DRSC.

Figura 13. Esquema resumen de las herramientas de análisis empleadas en la investigación.



Fuente: elaboración propia.

## *CAPITULO 4. ANÁLISIS DE RESULTADOS*



## CAPITULO 4. ANÁLISIS DE RESULTADOS

1. INTRODUCCIÓN AL ANÁLISIS DE LA INFORMACIÓN RSC DIVULGADA
2. COMPARATIVA DE LOS COMPONENTES DIVULGATIVOS
3. EVOLUCIÓN TEMPORAL DE LA RSC
4. CARACTERIZACIÓN DE LAS ENTIDADES Y PERFILES DIVULGATIVOS
5. ANÁLISIS DE LOS DETERMINANTES DE INFORMACIÓN RSC DIVULGADA
6. TEMAS DE RSC EN LAS MEMORIAS DE EE.FF.D.: GRADOS DE IMPORTANCIA

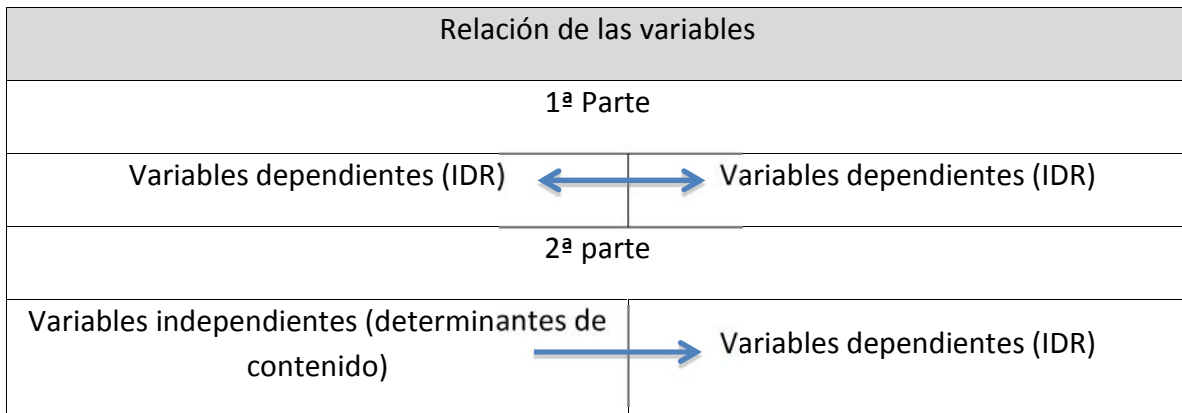




Este capítulo tiene por finalidad presentar los resultados principales alcanzados en el trabajo de investigación, organizándose en dos partes principalmente: la primera presenta un estudio descriptivo de los resultados alcanzados tras aplicar el “análisis de contenido” a la información recogida en las memorias de las EEFF; la segunda se ocupa del análisis de los posibles determinantes de la transparencia informativa.

Como se resume en la figura 14 la primera parte de resultados está enfocada a resolver las preguntas de investigación relacionadas con el análisis comparativo entre las variables dependientes; mientras que en la segunda parte se pone de relieve la relación de las variables endógenas con aquellas otras exógenas que tratan de explicar el fenómeno.

Figura 14. Organización de las variables empleadas.



Fuente: elaboración propia.

## 1. INTRODUCCIÓN AL ANÁLISIS DE LA INFORMACIÓN RSC DIVULGADA

Se trata en este apartado de detectar la posible existencia de heterogeneidad divulgativa en referencia a cada una de las categorías de información a la que esta puede hacer referencia. Una vez que sea detectada se procede a la búsqueda de posibles fuentes de variación que ayuden a explicar la heterogeneidad observada condicionando la influencia, de la relación entre variables divulgativas.

Entre los elementos que pueden actuar como fuente de variaciones se encuentran: la naturaleza jurídica de las entidades (de naturaleza capitalista o social), tamaño (pequeñas, medianas y grandes). Por otra parte el análisis de los elementos que componen cada uno de los índices de contenido proporciona una información en mayor profundidad del fenómeno estudiado.

Los datos para el análisis de la información divulgada han sido recogidos para los años 2007, 2008, 2009 y 2010 sobre una población final de 26 entidades, lo que hace que se obtengan un total de 104 observaciones de entidades. La elaboración del índice de contenido fue realizado entre abril y junio de 2011, mientras que la recogida de la información referente a los contenidos informativos en las memorias de RSC fue realizada en el período que va entre agosto de 2011 a febrero de 2012.

Los resultados obtenidos de la medición de la información divulgada en las memorias permiten su análisis de múltiples formas, principalmente de dos maneras alternativas y a la vez complementarias que dan una visión de conjunto del fenómeno en estudio:

- Un análisis transversal de los datos en un momento de tiempo concreto (análisis por categorías de información y entidades)
- Un análisis interanual, comparando la información al inicio y al final del período.

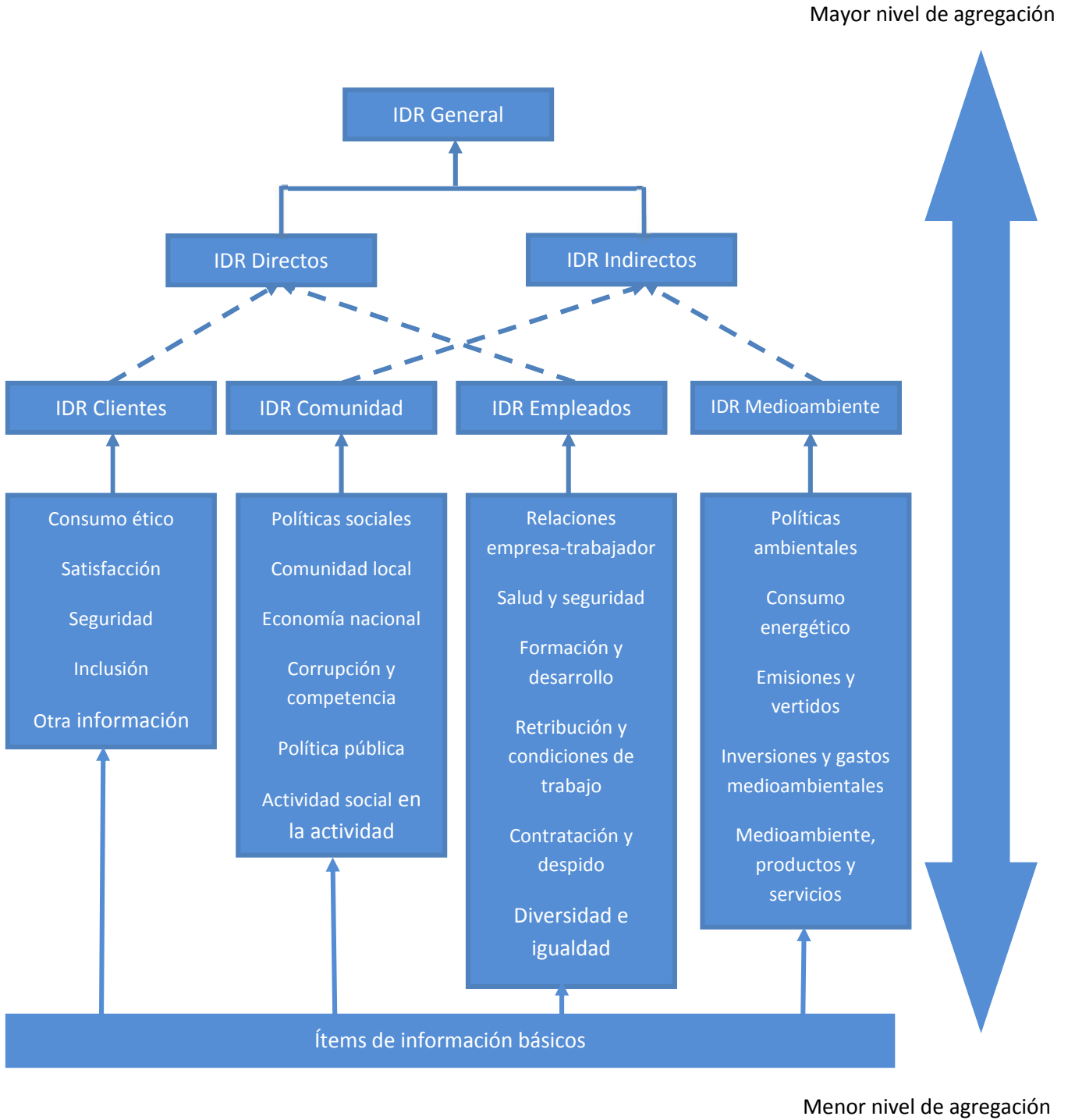
En cuanto al análisis de la información recopilada, este trabajo tiene como misión ofrecer una visión comparativa y evolutiva del fenómeno de la RSC en las EE.FF.D., y de

su situación actual. Para ello se analiza el comportamiento divulgativo en función de los distintos niveles de desagregación de la información identificados. Se puede afirmar que si bien una información tomada de manera global de un fenómeno permite tener una visión de conjunto del comportamiento del mismo, se hace necesario, en muchas ocasiones, examinar en detalle cada uno de los elementos componentes ya que la agregación de datos ocasiona la pérdida de información que podría ser de especial interés.

Siguiendo una corriente importante en la literatura sobre el modo de presentar la medición de RSC, autores como Rowley y Berman (2000), Simpson y Kohers (2002), Van Beurden y Gössling (2008) y Larrán *et al.* (2009), consideran que el hecho de que la información aparezca recogida en un único índice de divulgación conlleva una pérdida de información que en ocasiones puede ser relevante; esto lleva a que la excesiva simplificación perjudique por otra parte el posible análisis de comportamientos divulgativos, siendo esta una de sus principales críticas.

Para salvar este problema, el análisis de la información contenida en las memorias sigue la siguiente estructura de análisis:

Figura 15. Niveles de información que componen los índices de divulgación



Fuente: elaboración propia.

La primera parte del capítulo parte de la información recopilada en las memorias de las EE.FF.D. mediante el análisis de contenido y su medición por medio del IDR, realizando un análisis exhaustivo de los resultados de la medición del IDR en las entidades objeto de estudio con el fin de explicar descriptivamente el estado de la cuestión y responder a las preguntas planteadas de acuerdo a ello.

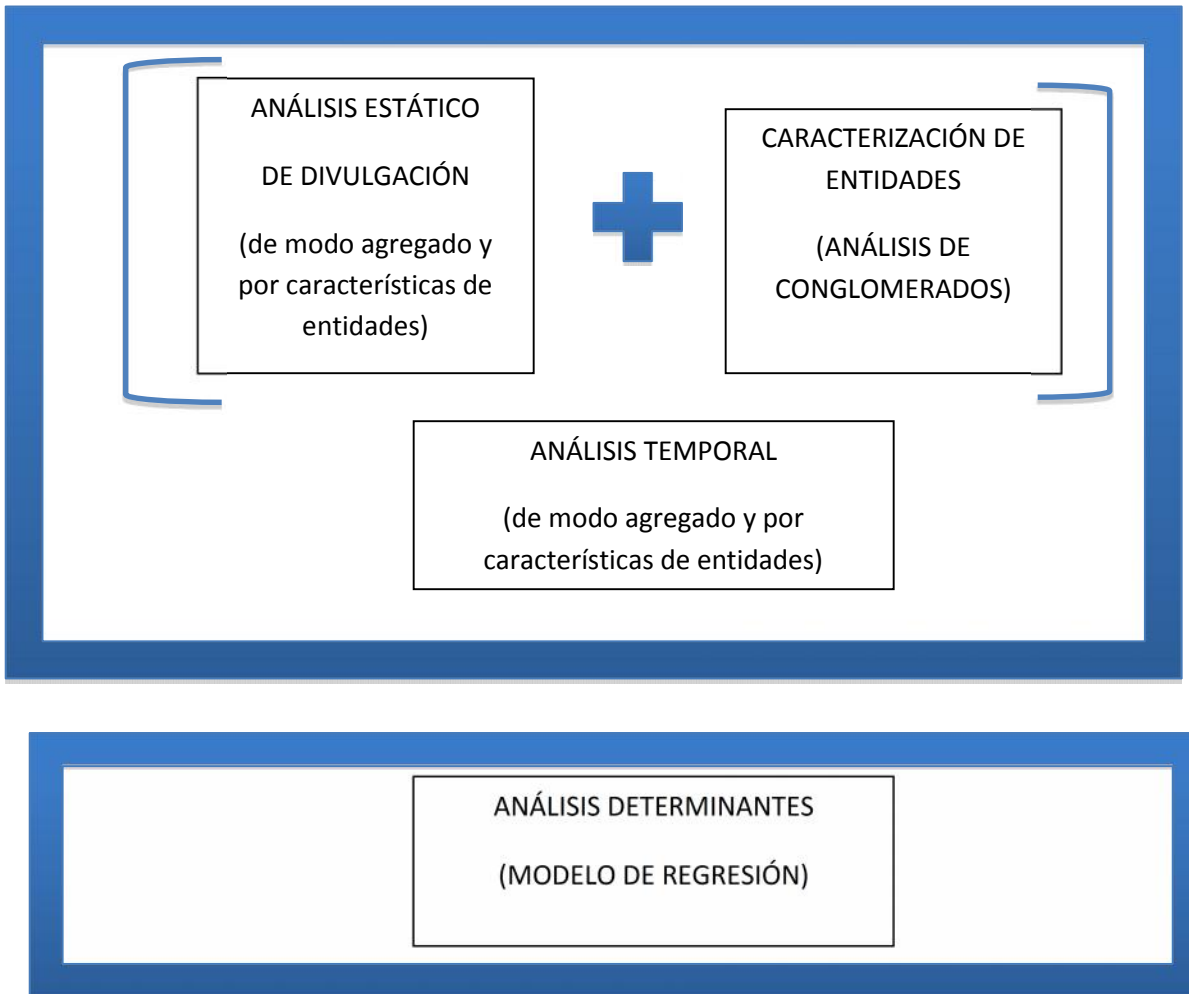
La importancia de este apartado radica en que aporta un soporte para argumentar los objetivos de investigación planteados en relación al estado de la DRSC como son: la existencia de diferencias en las prácticas divulgativas hacia los distintos *stakeholders*, si existen distintos conjuntos de entidades con características definidas en relación con la calidad de la información divulgada, así como si el comportamiento responsable por parte de las entidades ha evolucionado a lo largo del tiempo adaptándose a los cambios de su entorno.

Con el fin de dar respuesta a estas tres preguntas de investigación, esta primera parte del capítulo se organiza de la siguiente manera: en un primer apartado se describe la situación divulgativa en las memorias de las entidades; a continuación se da respuesta a la primera pregunta de investigación, en relación a cuáles son las tendencias divulgativas en el sector; en el tercer apartado, como continuación del anterior, se realiza una caracterización del comportamiento de las entidades; y en el cuarto apartado da respuesta a la evolución de la divulgación en el plano temporal.

Posteriormente, en la segunda parte, se da respuesta a la cuarta de las preguntas de investigación; en esta se trata, por medio de la construcción de un modelo de regresión, se pretende identificar si las características propias de las entidades pueden ejercer de factores determinantes que expliquen la divulgación de cada uno de los elementos informativos de RSC y analizar el sentido de las relaciones con estos.

En la tercera parte, mediante lo visto hasta el momento, se da respuesta a las distintas hipótesis planteadas; y en la última se ofrece un resumen con los principales resultados.

Figura 16. Partes en que se estructura el análisis de contenido.



Fuente: elaboración propia.

### 1.1. Descripción de la situación divulgativa de la RSC

En primer lugar se va a analizar cómo es la distribución y el comportamiento de las EE.FF.D. de forma general en cuanto a la divulgación de información sobre los diferentes contenidos informativos referentes a los distintos ámbitos de grupos de interés identificados en la teoría.

Con la finalidad de estudiar la distribución de los datos, su simetría, así como las posibles relaciones existentes entre los mismos, se van a emplear técnicas de análisis exploratorio de datos.

Si se observan los principales estadísticos en relación a la divulgación de información por parte de las EE.FF.D. de manera general (IDRg), se puede ver como la media del conjunto se sitúa en 1,038, siendo la varianza reducida. No obstante, la diferencia entre el nivel divulgativo mínimo y máximo es suficiente como para que exista un margen entre las EE.FF.D. con una mayor preocupación por informar de sus actividades en relación a temas sociales y aquellas que se limitan a informar de forma más escueta.

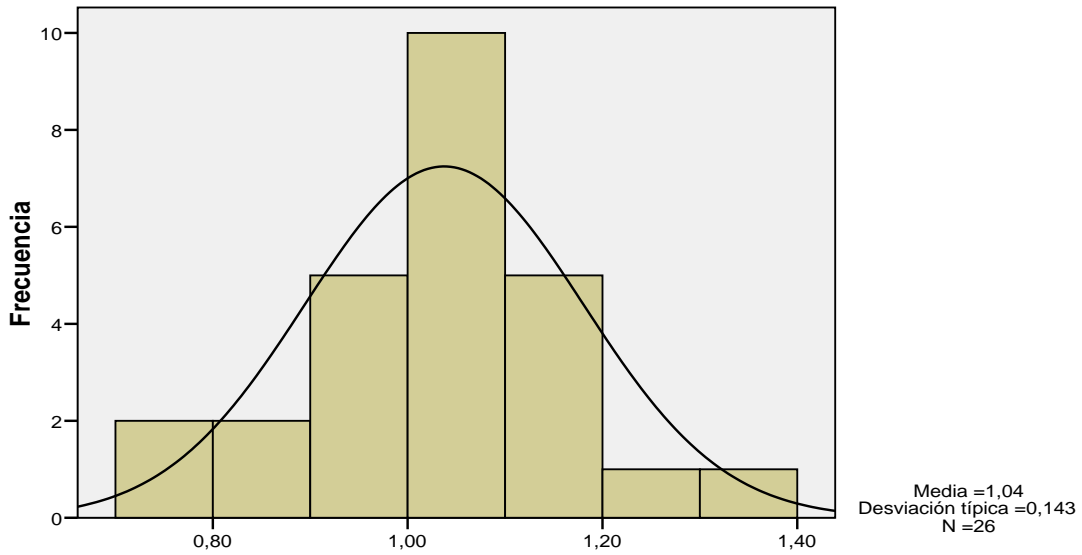
Tabla 25. Estadísticos descriptivos sobre la divulgación de información RSC.co

		IDRg (0-2)
N	Válidos	26
Media		1,038
Intervalo de confianza para la media al 95%	Límite inferior	0,980
	Límite superior	1,100
Mediana		1,062
Desv. típ.		0,143
Varianza		0,020
Asimetría		-0,349
Error típ. de asimetría		0,456
Curtosis		0,091
Error típ. de curtosis		0,887
Rango		0,61
Mínimo		0,73
Máximo		1,33

Fuente: elaboración propia.

Sin embargo, tal y como se observa en el gráfico 5, la distribución sobre la variable IDRg presenta una forma simétrica y se ajusta a la forma de campana, por lo que a priori se puede hablar de que la distribución seguida sería normal y simétrica.

Gráfico 5. Histograma de la distribución de frecuencias del IDRg



Fuente: elaboración propia.

Realizando la prueba de Kolmogorov-Smirnov (tabla 26), se observa que el estadístico toma un valor de 0,537, con lo que su nivel de significación está muy por encima de 0,05 por lo que queda comprobado que sigue una distribución normal.

Tabla 26. Prueba de normalidad de Kolmogorov-Smirnov para el IDRg.

	IDRg
N	26
Z de Kolmogorov-Smirnov	0,537
Sig. asintót. (bilateral)	0,935

Fuente: elaboración propia.

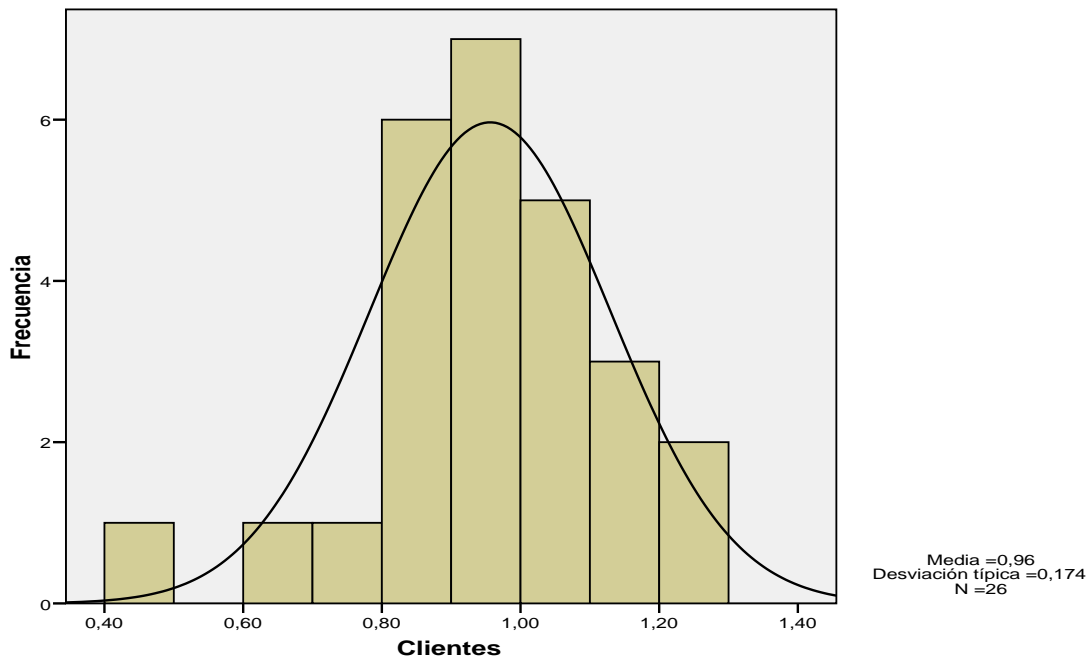
Las medidas anteriores ofrecen representatividad sobre las medidas de posición o en otras palabras, el grado de variación de los valores de la variable en estudio.



### A. Análisis descriptivo de la DRSC por categorías de contenido

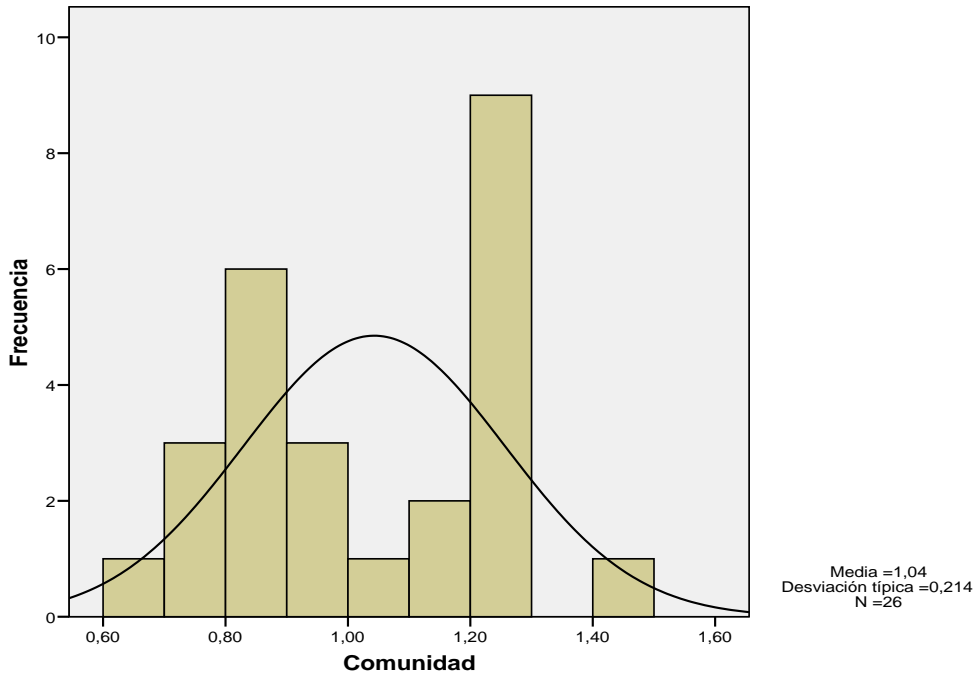
Como se ha visto en capítulos anteriores, los contenidos informativos divulgados por las EE.FF.D. pueden organizarse en cuatro ejes de contenido principales definidos en función de los grupos de interés identificados en la teoría: clientes y productos, comunidad, empleados y medioambiente. A continuación se va a llevar a cabo un análisis descriptivo sobre los niveles de divulgación por categoría de contenido, con el objetivo de observar posteriormente la posible existencia de diferencias y similitudes entre las distintas EE.FF.D.

Gráfico 6. Histograma de la distribución de frecuencias del IDR clientes (IDRc)



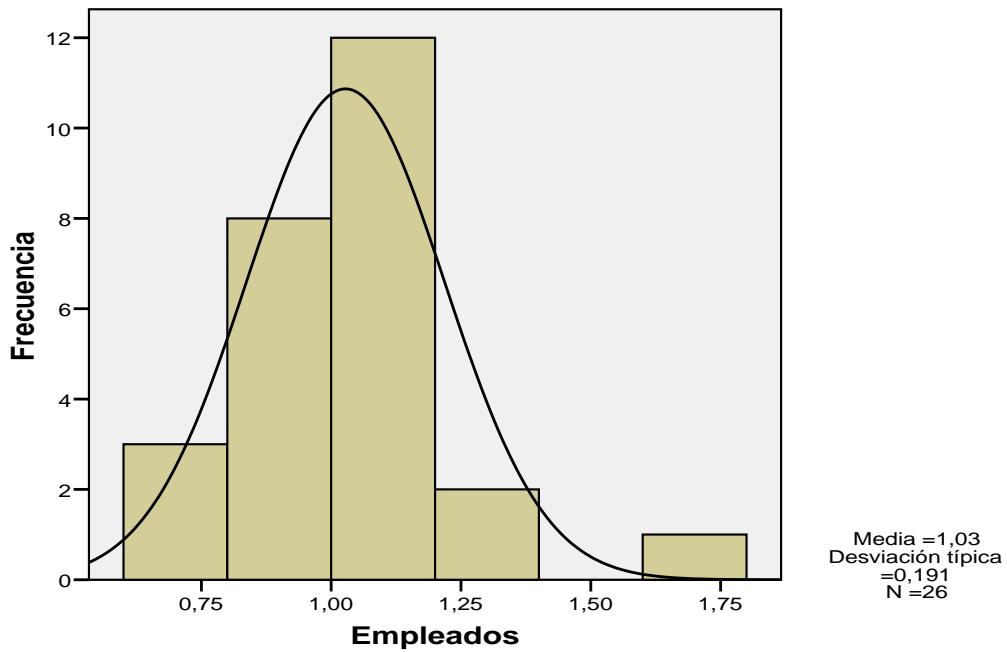
Fuente: elaboración propia.

Gráfico 7. Histograma de la distribución de frecuencias del IDR comunidad (IDRs)



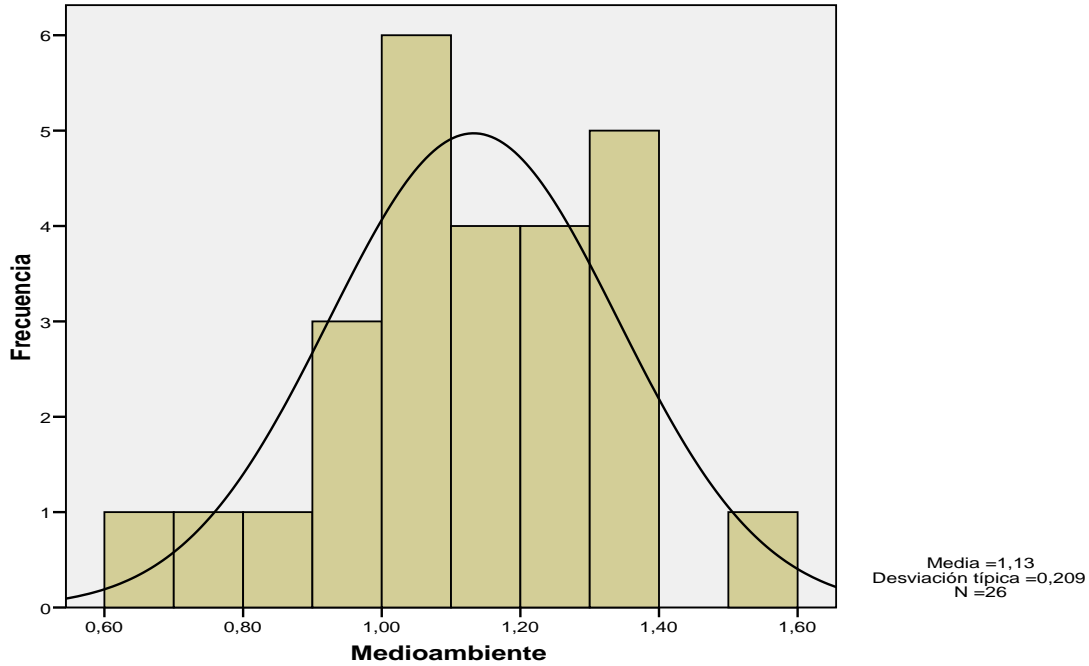
Fuente: elaboración propia.

Gráfico 8. Histograma de la distribución de frecuencias del IDR empleados (IDRh)



Fuente: elaboración propia.

Gráfico 9. Histograma de la distribución de frecuencias del IDR medioambiente (IDRe)



Fuente: elaboración propia.

Tras la observación de los gráficos anteriores, se comprueba como las cuatro categorías de divulgación se ajustan a la forma que sigue una distribución normal, por lo que en principio se puede afirmar que la distribución sería normal y simétrica en todas ellas.

Realizando la prueba de Kolmogorov-Smirnov para comprobar el ajuste a una distribución normal, se confirma lo observado en los histogramas, que los cuatro indicadores siguen una distribución normal.

Tabla 27. Prueba de normalidad de Kolmogorov-Smirnov.

	IDRc	IDRs	IDRh	IDRe
N	26	26	26	26
Z de Kolmogorov-Smirnov	0,557	0,818	0,493	0,571
Sig. asintót. (bilateral)	0,915	0,516	0,968	0,900

Fuente: elaboración propia.

## Capítulo 4: Análisis de resultados

En la tabla siguiente se recogen los resultados sobre los principales estadísticos con respecto a los niveles de divulgación asociados a cada categoría de contenido. Se puede observar que las EE.FF.D. tratan con mayor transparencia informativa los temas relacionados con el medioambiente (IDRe), seguido a cierta distancia por los contenidos referentes a la comunidad (IDRs). A pesar de observarse que la varianza es reducida en todos los casos, la diferencia entre los valores de divulgación máximos y mínimos son elevados existiendo un amplio margen entre aquellas entidades con mayor grado de transparencia informativa y aquellas más opacas de cara al exterior. Por otro lado se distinguen diferencias en cuanto a los niveles de divulgación entre las temáticas informativas contempladas en el estudio. Por lo tanto, no es posible determinar a priori la existencia de una pauta informativa conjunta a todas las entidades o por el contrario se identifican distintas tendencias informativas, será necesario profundizar en el estudio de la situación.

Tabla 28. Estadísticos descriptivos por categorías de contenido.

		IDRc	IDRs	IDRh	IDRe
N	Válidos	26	26	26	26
Media		0,956	1,043	1,028	1,133
	Límite inferior	0,886	0,957	0,950	1,048
Intervalo de confianza para la media al 95%					
	Límite superior	1,026	1,129	1,105	1,217
Mediana		0,949	1,026	1,027	1,139
Desv. típ.		0,1738	0,214	0,191	0,209
Varianza		0,030	0,046	0,036	0,044
Asimetría		-0,925	0,040	0,806	-0,624
Error típ. de asimetría		0,456	0,456	0,456	0,456
Curtosis		1,800	-1,341	2,710	0,421
Error típ. de curtosis		0,887	0,887	0,887	0,887
Mínimo		0,44	0,69	0,65	0,62
Máximo		1,23	1,45	1,62	1,51

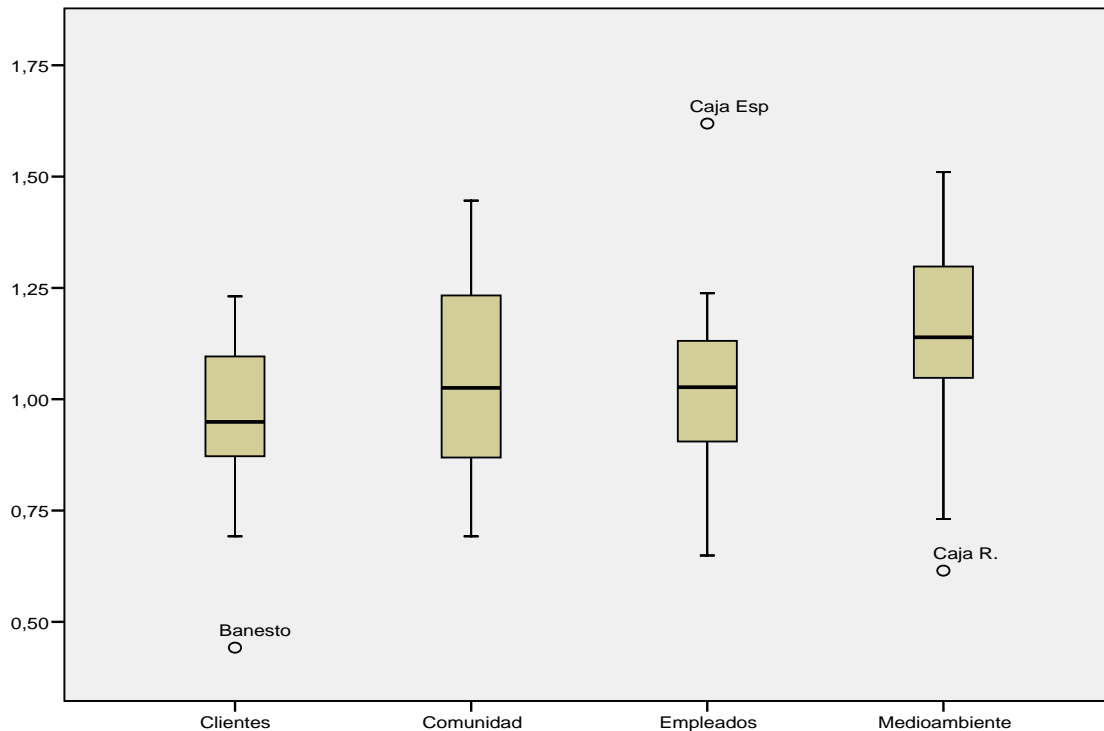
Fuente: elaboración propia.

En el siguiente gráfico se puede observar cómo son los niveles de transparencia informativa para cada una de las categorías de contenido identificadas.

De igual manera que en la tabla anterior, se puede apreciar una sensibilidad mayor por temas relacionados con el medioambiente sobre el resto de contenidos informativos. Por otra parte se observa además que las entidades presentan mayores niveles de homogeneidad o semejanza en cuanto a la divulgación referente a clientes y empleados, además se aprecian valores atípicos en todas las variables excepto en la referida a la comunidad (IDRs).

Tras haber llevado a cabo una revisión de los valores atípicos, con el fin de comprobar posibles errores de medición, se ha verificado la validez de la medición y se ha comprobado que corresponden a casos puntuales en los cuales las entidades se desmarcan de las pautas generales divulgando información por encima y por debajo de los niveles medios del resto de EE.FF.D.

Gráfico 10. Diagrama de cajas de la DRSC por categorías de contenido



Fuente: elaboración propia.

## Capítulo 4: Análisis de resultados

A continuación se muestran los resultados de la calidad de la información analizada (tabla 29), obtenidos por todas las EE.FF.D. incluidas en el alcance del estudio<sup>77</sup>, ordenadas por el volumen total de recursos de clientes gestionados. Las puntuaciones muestran los resultados atendiendo a cada una de las categorías bajo las cuales se organizan los contenidos divulgativos. Por su parte, la puntuación de la columna IDR<sub>G</sub>, que es el resultado de hacer la media aritmética de las cuatro categorías de contenido analizadas (clientes y productos, comunidad, empleados, sociedad), representa el nivel de calidad informativa de manera agregada. Los índices están calculados como media ponderada del período de tiempo que abarca el estudio.

Tabla 29. Puntuación de las EE.FF.D. en materia de RSC.

Entidad	Orden	Recursos de clientes (miles de euros)	IDR <sub>C</sub>	IDR <sub>S</sub>	IDR <sub>H</sub>	IDR <sub>E</sub>	IDR <sub>G</sub>
BBVA	1	180.406.548	0,933	0,875	0,869	1,163	0,960
Santander	2	157.622.104	0,846	0,869	0,952	1,048	0,929
La Caixa	3	148.419.090	1,183	0,889	1,012	1,298	1,095
Caja Madrid	4	89.973.262	0,865	0,773	0,875	0,952	0,866
Banco Popular	5	70.665.513	1,115	1,219	1,226	1,337	1,224
Banesto	6	66.804.878	0,442	0,692	0,649	1,115	0,725
Bancaja	7	50.371.129	1,202	1,285	1,083	1,231	1,200
CAM	8	45.343.318	0,872	0,943	0,958	1,192	1,071
Banco Sabadell	9	40.465.957	1,010	0,963	1,125	1,288	1,096
Ibercaja	10	33.541.098	0,817	1,051	1,000	1,212	1,020
Caixa Galicia	11	29.119.785	0,962	1,233	1,167	1,385	1,187
Bankinter	12	28.341.033	0,712	0,817	1,036	1,308	0,968
Unicaja	13	24.103.601	0,936	1,126	1,190	0,910	1,041
Cajasol	14	22.345.115	1,029	1,278	0,976	1,096	1,095
BBK	15	20.857.082	0,875	1,226	0,815	1,375	1,073
Cajamar	16	19.233.562	1,000	1,000	1,238	0,846	1,021
Caja Laboral Popular	17	18.614.331	1,096	1,290	1,030	1,192	1,152
Caja España	18	17.865.434	1,090	1,205	1,619	1,064	1,110
Kutxa	19	16.698.874	1,096	1,168	1,131	1,337	1,183
CAN	20	13.232.925	1,231	1,446	1,137	1,510	1,331
Caja Granada	21	10.681.830	0,990	1,237	1,095	1,067	1,097
Caixa Terrassa	22	9.346.891	1,103	0,791	0,762	1,077	0,933
Caja Burgos	23	8.130.092	0,933	1,274	0,905	1,096	1,052
Caja Vital Kutxa	24	7.014.603	0,933	0,870	1,024	1,000	0,952
Caja R. Granada	25	3.543.201	0,897	0,750	0,794	0,615	0,764
Multicaja	26	2.007.931	0,692	0,846	1,048	0,731	0,829
<b>Total</b>		----	<b>0,968</b>	<b>1,054</b>	<b>1,004</b>	<b>1,153</b>	<b>1,045</b>

Fuente: elaboración propia.

<sup>77</sup> Como ya se indicó en el capítulo de metodología la población de estudio está determinada por el número total de entidades que emiten información de RSC a través de una memoria específica.

En la tabla 30 se muestra una ordenación de las 26 entidades según los resultados totales agregados del IDRg. Se observa que más de la mitad de las entidades (17 de 26) superan la puntuación asignada para considerar que la información de manera general alcanza una calidad cualitativa, sin que ninguna de ellas se aproxime al valor de 2 que indica el mayor grado posible de calidad (calidad cuantitativa). Destacar que una entidad, CAN, alcanza la mejor puntuación total, con cierta diferencia sobre el resto; mientras que existe otro grupo de tres entidades ( Multicaja, Caja Rural de Granada y Banesto) que destacan sobre el resto por la escasa calidad divulgativa de sus memorias de responsabilidad.

Tabla 30. Puntuación en materia de RSC por entidad.

Entidad	IDR <sub>G</sub>	Posición	Entidad	IDR <sub>G</sub>	Posición
CAN	1,331	1	Caja Burgos	1,052	14
Banco Popular	1,224	2	Unicaja	1,041	15
Bancaja	1,200	3	Cajamar	1,021	16
Caixa Galicia	1,187	4	Ibercaja	1,020	17
Kutxa	1,183	5	Bankinter	0,968	18
Caja Laboral Popular	1,152	6	BBVA	0,960	19
Caja España	1,110	7	Caja Vital Kutxa	0,952	20
Caja Granada	1,097	8	Caixa Terrassa	0,933	21
Banco Sabadell	1,096	9	Santander	0,929	22
La Caixa	1,095	10	Caja Madrid	0,866	23
Cajasol	1,095	11	Multicaja	0,829	24
BBK	1,073	12	Caja R. Granada	0,764	25
CAM	1,071	13	Banesto	0,725	26
			<b>Total</b>	<b>1,045</b>	

Fuente: elaboración propia.

## B. Divulgación de información por categorías y elementos informativos de categorías de contenido

A la vista de los resultados recogidos en la tabla siguiente, se puede afirmar en principio que la información con mayor nivel divulgativo es la relacionada con medioambiente, lo que coincide con los resultados de Vázquez y Cordero (2007); así, y en línea con este estudio, los resultados alcanzados no llegan a ser del todo concluyentes en relación al resto de investigaciones previas sobre el tema. Es más, el estudio, a diferencia de trabajos como el de Ruiz *et al.*, (2009) identifica que las EE.FF.D. fijan su atención en los agentes del entorno más alejados de la actividad regular de la empresa, prestando menos atención a los grupos de interés en contacto directo con la misma (clientes y empleados). Estas afirmaciones previas serán contrastadas junto con otras en el apartado siguiente. Todas las entidades objeto de estudio divulgan algún tipo de información acerca de las diferentes categorías de contenido, tanto de tipo cualitativo como cuantitativo. Como afirma Aranguren (2008), esto no resulta llamativo ya que las entidades están obligadas por ley a proporcionar información; por otra parte las exigencias informativas para obtener certificaciones de calidad (p. ej. GRI) aumentan los contenidos informativos revelados.

Tabla 31. Divulgación de información sobre clientes, comunidad, empleados y medioambientes. Índices de divulgación.

	IDR <sub>C</sub>	IDR <sub>S</sub>	IDR <sub>H</sub>	IDR <sub>E</sub>	IDR <sub>G</sub>
Índice de Divulgación	0,956	1,043	1,028	1,133	1,037
% promedio de entidades que informan	100%	100%	100%	100%	
% de entidades que divulgan información	100%	100%	100%	100%	

Fuente: elaboración propia.

En la tabla siguiente se reflejan los resultados del análisis de los elementos que componen los índices de divulgación para cada categoría de contenido. En primer lugar, considerando el índice de divulgación sobre clientes, el análisis según el posicionamiento de sus elementos por nivel de divulgación revela un protagonismo destacado de la faceta “Satisfacción del cliente y calidad del servicio prestado” muy por encima del resto de elementos, que no alcanzan la puntuación de 1 en ningún caso.



En el caso contrario se encuentra, a excepción del apartado “otra información”, la “seguridad de los clientes” y la “inclusión de clientes” como elementos menos considerados por las entidades, a la vez que son los elementos sobre los que se publica menos cantidad de información cuantitativa.

En el segundo caso se encuentra que la divulgación sobre la comunidad presenta dentro de su contenido un alto grado de disparidad en el nivel de publicación; por una parte los contenidos relacionados con “actividades de apoyo e inversión en la comunidad local”, que aglutina a toda la información sobre las actividades desarrolladas en el ámbito de la filantropía corporativa (p.e. Obra social en el caso de las CC.AA.); son uno de los más frecuentes en las memorias de RSC, en concreto se llega a informar de media sobre el 85,97% de los ítems relacionados y en el 62,84% de los casos la información es de tipo cuantitativo.

Como información menos frecuente está la “actividad social a través de la actividad intermediadora”, que tan solo en el 22,21% de los casos se presenta en forma cuantitativa, a pesar de su importante papel dentro de la actividad de las EE.FF.D. como intermediarios financieros (Cuesta, 2004). Su escasa presencia en las memorias se pone de manifiesto sobre todo frente a los contenidos de carácter filantrópico. La explicación se puede encontrar en la dilatada tradición de la entidad financiera como agente con responsabilidad filantrópica y las dificultades para medir el impacto indirecto de las entidades, así como una menor, aunque incipiente, regulación de este tipo de actividades.

En referencia al colectivo de empleados, el análisis según el posicionamiento de sus elementos por nivel de divulgación revela un protagonismo destacado de los elementos “diversidad e igualdad de oportunidades” y “formación y desarrollo profesional” coincidiendo de esta forma con el trabajo de Aranguren (2008), con niveles por otro lado muy elevados de calidad divulgativa frente al resto de elementos.

En el lado contrario sin embargo se encuentra (con independencia del ítem “otra información”) “retribución y condiciones de trabajo” y “salud y seguridad”. En el primero de los casos es de destacar la escasa información cuantitativa que se publica (tan solo un 28,6% de la información divulgada promedio es de este tipo) lo que no permite una correcta comparativa entre entidades; en el segundo caso la escasa información se puede deber a la propia naturaleza de la actividad, sin un elevado riesgo para la integridad del trabajador en comparación con otros sectores de actividad.

Finalmente, en cuanto a la clasificación divulgativa de los elementos referentes al medioambiente destacan por su transparencia informativa el “consumo y conservación de recursos y energía” y “emisiones, vertidos y residuos e impactos en los ecosistemas”. Las razones para que estén tan presentes en la gestión empresarial son debidas a que estas políticas y medidas suponen para las entidades que las aplican importantes ahorros en el consumo de energía y de materias primas, así como la reducción de costes en reciclaje, además de su facilidad para ser cuantificadas contablemente.

Al igual que en el estudio de Aranguren (2008), entre los elementos menos divulgados hay que destacar “medioambiente, productos y servicios”. Esto, unido a lo dicho en el párrafo anterior, otorga una visión de responsabilidad más enfocada al ámbito interno de actividad que al externo fruto de un compromiso de responsabilidad activo.

Tabla 32. Composición de los índices de divulgación

	Divulgación (0-2)	Posición que ocupa por su nivel de divulgación en relación al resto de elementos	Porcentaje promedio de divulgación de contenidos	Porcentaje promedio de divulgación de información cuantitativa
<b>Clientes / productos</b>				
Consumo ético	0,961	11	61,26%	34,89%
Satisfacción del cliente y calidad del servicio prestado	1,205	6	68,90%	51,63%
Seguridad de los clientes y confidencialidad	0,921	15	64,33%	27,74%
Inclusión clientes	0,917	16	55,04%	36,62%
Otra información	0,725	22	42,55%	29,92%
<b>Comunidad</b>				
Políticas, declaraciones y sistemas de gestión social	0,957	12	68,27%	27,46%
Actividades de apoyo e inversión en la comunidad local	1,488	2	85,97%	62,84%
Contribución a la economía nacional	0,856	19	47,56%	38,00%
Cumplimiento de la legislación, corrupción y competencia	1,109	8	60,97%	49,92%
Política pública	1,042	10	61,94%	42,21%
Actividad social a través de la actividad intermediadora	0,747	21	52,45%	22,21%
<b>Empleados</b>				
Relaciones empresa / trabajador	1,086	9	66,30%	42,25%
Salud y seguridad	0,896	17	54,60%	34,96%
Formación y desarrollo profesional	1,307	4	69,84%	60,89%
Retribución y condiciones de trabajo	0,828	20	54,14%	28,62%
Condiciones de contratación y despido	0,953	13	57,46%	37,82%
Diversidad e igualdad de oportunidades	1,456	3	79,13%	66,46%
Otra información	0,438	23	30,07%	13,69%
<b>Medioambiente</b>				
Políticas, declaraciones y sistemas de gestión ambiental	0,868	18	62,74%	24,02%
Consumo y conservación de recursos	1,626	1	85,36%	77,20%
Emisiones, vertidos y residuos e impactos en los ecosistemas	1,245	5	68,09%	56,46%
Inversiones y gastos	1,147	7	71,30%	43,37%
Medioambiente, productos y servicios	0,929	14	59,55%	33,33%

Fuente: elaboración propia.

Por otra parte en el apartado siguiente se trata no solo de describir las frecuencias con las que la información es divulgada, sino que se va a tratar de definir los grados de

importancia de la información poniéndola a su vez en relación con la calidad de dichos contenidos.

## 2. COMPARATIVA DE LOS COMPONENTES DIVULGATIVOS

Tras la presentación de los principales resultados alcanzados tras la aplicación del análisis de contenido a las memorias de RSC, y la determinación de las temáticas o categorías informativas de RSC en relación a las EE.FF.D. así como en relación a cada una de los elementos informativos que constituyen cada una de las categorías de contenido identificadas, se trata ahora de dar respuesta a la incógnita sobre qué contenidos son preferentemente divulgados por el sector, correspondiente con la primera de las hipótesis planteadas en la investigación.

Para dar respuesta a las cuestiones de investigación en relación a la importancia de la DRSC se emplea el contraste t-student o contraste anova<sup>78</sup> para el análisis de diferencia de medias. El objetivo de este punto es determinar la existencia de diferencias lo suficientemente significativas como para afirmar la existencia de una determinada sensibilidad en unos temas sobre otros atendiendo para ello al nivel de calidad de transparencia informativa ofrecida de media por las EE.FF.D.

De acuerdo con la estructura que se ha dado a la información recogida por el análisis de contenido se van a estudiar en primer lugar los elementos informativos de manera agregada por categorías y a continuación se desciende en nivel de detalle para analizar a qué son debidas dichas diferencias por medio del análisis de los elementos de información de cada categoría.

Por otra parte, para tener una visión más completa se trata de identificar si existen elementos característicos de las entidades que enfatizen las semejanzas y diferencias divulgativas. Para ello, se organiza la información de acuerdo a diversos criterios

---

<sup>78</sup> En el caso de realizar una comparación multigrupo.

profusamente utilizados en la literatura previa empleados y utilizados a su vez como determinantes<sup>79</sup> de la RSC (tabla 33): tipo de sociedad (naturaleza jurídica y tamaño), riesgo financiero<sup>80</sup>, estructura de gobierno corporativo (pluralidad en la dirección y paridad en el consejo de administración<sup>81</sup>), la internacionalización de la entidad y otras variables (el papel de la RSC en el organigrama, la necesidad de intervención estatal y el tamaño de la empresa que audita las cuentas). De esta forma, en la tabla siguiente se resumen las distintas pruebas a realizar:

Tabla 33. Niveles de contenido y de población comparados.

Niveles de contenidos comparados				
Índices de divulgación de categorías (4)		Elementos categorías de contenido (23)		
Niveles de población comparada				
Población EE.FF.D. total (26)	EE.FF.D. naturaleza jurídica (Bancos: 6; CC.AA. 16 y CC.CC. 4)	EE.FF.D. tamaño (Grandes: 7; Medianas: 9; Pequeñas: 10)	EE.FF.D. riesgo financiero (Riesgo inferior a la media: 12; Riesgo superior a la media: 14)	EE.FF.D. pluralidad gobierno entidad (Con pluralidad: 13; Sin pluralidad: 13)
EE.FF.D. paridad en el consejo de administración (Inferior a la media: 8; superior a la media: 18)	EE.FF.D. internacionalización (Con presencia internacional: 11; Sin presencia internacional: 15)	EE.FF.D. departamento RSC (Con departamento RSC: 13; Sin departamento RSC: 13)	EE.FF.D. intervención estatal (Necesidad de intervención: 13; Sin necesidad de intervención: 13)	EE.FF.D. empresas auditoría (Gran auditora: 14; No gran auditora: 12)

Fuente: elaboración propia.

<sup>79</sup> En el análisis descriptivo, a diferencia del posterior análisis de determinantes algunos resultados pueden diferir debido a que para emplear la comparación de medias en el primero de los análisis se han tenido que categorizar algunas variables continuas.

<sup>80</sup> El riesgo financiero viene medido por el porcentaje de créditos de dudoso cobro (morosidad). En el presente apartado se ha optado por dicotomizar la variable, para ello se ha considerado como valor límite para delimitar los dos grupos el valor medio de los créditos impagados en 2009 que se situaba en el 3,86% sobre el total de los créditos concedidos.

<sup>81</sup> La paridad en el consejo de administración se mide por el porcentaje de mujeres sobre el total de miembros del consejo de cada compañía. A pesar de tratarse de una variable continua en este apartado se ha optado por su dicotomización, para lo cual se ha empleado el valor medio de mujeres en los consejos de administración de las entidades (11,5%).

## Capítulo 4: Análisis de resultados

En el caso de la clasificación realizada para el tamaño de las entidades, se ha tomado como medida (como se indicó en el capítulo de hipótesis), el volumen total de depósitos de clientes. A su vez se han agrupado a las entidades en grupos homogéneos por volumen de depósitos; de esta forma, resultan tres grupos, grandes (siete entidades), medianas (nueve) y pequeñas (diez).

De forma específica, atendiendo al doble criterio naturaleza jurídica y tamaño, la población objeto de estudio queda repartida de la siguiente manera:

Tabla 34. Población de estudio según su naturaleza jurídica y su tamaño.

Tamaño	Naturaleza Jurídica		
	Bancos	CC.AA.	CC.CC.
Grande >50.000 millones de depósitos	4	3	0
	(Santander, BBVA, Banco Popular y Banesto)	(La Caixa, Caja Madrid y Bancaja)	
Mediano 20.000 – 50.000 millones de depósitos	2	6	1
	(Banco Sabadell y Bankinter)	(CAM, Ibercaja, Caixa Galicia, Unicaja, Cajasol, BBK)	(Cajamar)
Pequeño <20.000 millones de depósitos	0	7	3
		(Caja España, Kutxa, CAN, Caja Granada, Caixa Terrassa, Caja Burgos y Caja Vital)	(Caja Laboral Popular, Caja Rural de Granada y Multicaja)

Fuente: elaboración propia.

En referencia al resto de criterios, empleados en el análisis descriptivo del comportamiento en relación a la publicación de información RSC, las características distintivas de cada una de las entidades son las siguientes:

Tabla 35. Población de estudio según el resto de variables.

Entidad	Riesgo		Dualidad dirección		Paridad consejo		Inter		Dep. RSC		Intervención estatal <sup>82</sup>		Empresa auditora	
	<	>	Si	No	<	>	Si	No	Sí	No	Si	No	G.	P.
BBVA		X		X	X		X		X			X		X
Santander	X			X	X		X		x			X		x
La Caixa	X		X			X	X			X		X		X
Caja Madrid		X		X	X		X			X	X			X
Banco Popular		X		X	X		X			X		X		X
Banesto	X			X		X	X			X		X		X
Bancaja		X	X			X	X		X		X			X
CAM		X	X			X	X			X	X			X
Banco Sabadell	X			X	X		X		X			X		X
Ibercaja	X		X			X		X	X			X		X
Caixa Galicia		X	X			x	X			X	X			X
Bankinter	X			X	X			X	X			X		X
Unicaja	X		X			X	x		X			X		X
Cajasol		X	X			X		X	X		X			X
BBK	X		X			X		X	X		X			X
Cajamar		X	X		X			X	X			X		X
Caja Laboral	X			X	X		X	X	X			X		X
Caja España		X		x	X		X		X	X		X		X
Kutxa	X		X			X		X	X		X			X
CAN	X			X	X		X	X	X		X		X	X
Caja Granada		X	X			X		X		X	X			X
Caixa Terrassa		X		X	X		X		X	X	X			X
Caja Burgos		X		x	X		X		X	X	X			X
Caja Vital Kutxa	X		X			X		X	X					X
Caja R. Granada	X		X		X			X	X					X
Multicaja	x			x	X			x		X				x

Fuente: elaboración propia.

<sup>82</sup> Fondo de reestructuración ordenada bancaria: [www.frob.es](http://www.frob.es) (datos consultados febrero 2012).

### 2.1. Diferencias divulgativas generales entre entidades

En un principio se podría pensar, a la vista de las calificaciones obtenidas en el modelo GRI, que todas las memorias RSC son homogéneas, sin embargo, si se aplica la metodología de diferencia de medias (como se aprecia en la tabla 36) se obtiene que no es así. Tomando el valor IDR medio para el conjunto (1,038), se comparan los resultados promedio de las entidades con puntuaciones por debajo y por encima de la media, obteniéndose que existe una diferencia lo suficientemente significativa (0,227 puntos) como para afirmar que el comportamiento divulgativo es diferente entre entidades, rechazando H0.

Tabla 36. Diferencia divulgativa general entre entidades.

Categoría	n	Media	Diferencia
EE.FF.D. IDR < Media	11	0,906	(0,227)*
EE.FF.D. IDR > Media	15	1,134	

\*p<0,01; \*\*p<0,05; \*\*\*p<0,10.

Fuente: elaboración propia.

### 2.2. Análisis de la información RSC divulgada, diferencias entre grupos de interés

En el presente epígrafe se lleva a cabo un análisis comparativo de los niveles de divulgación medios atendiendo a cada una de las categorías de información (cliente y productos, comunidad, empleados y medioambiente). Lo que se pretende con él, es contrastar si se cumplen las hipótesis 1, 2 y 3, y observar si existen diferencias significativas en la atención ofrecida por el sector en su conjunto a los distintos grupos de interés y cómo es el comportamiento de las distintas categorías informativas en relación con el índice general de divulgación.



Con este fin se realiza una comparación de medias que va a tener en cuenta si las diferencias mostradas entre pares de categorías y entre cada una de ellas y la media general son significativas o no desde un punto de vista estadístico. Para la mejor comprensión del análisis se explica el significado de los resultados: En la columna “medias” se recoge el valor global medio durante los últimos cuatro años para cada uno de los índices de contenido, siendo la categoría “general” la media aritmética de los cuatro elementos previos; por otro lado, la columna “diferencia” refleja las diferencias divulgativas entre cada una de las posibles combinaciones de categorías de contenido (los valores entre paréntesis representan una diferencia negativa).

La tabla siguiente muestra que a nivel agregado, los diferentes grupos de interés muestran diferentes grados de atención, lo que puede traducirse en una falta de homogeneidad a la hora de aportar información sobre la labor realizada en cada ámbito de la RSC.

De este modo, las diferencias más significativas se manifiestan en una mayor preocupación divulgativa en relación al ámbito de los contenidos de carácter medioambiental a todos los niveles con una valoración de 1,133, ya que en la comparación con el resto de categorías (clientes, comunidad y empleados) las diferencias son siempre significativas a favor de la primera; siguiendo por orden de importancia se encuentran los contenidos referidos a la “comunidad” (1,043) y “empleados” (1,028) los cuales reciben significativamente un mayor grado de atención que los contenidos sobre clientes y que presentan unos niveles divulgativos que se pueden de calificar en sintonía con la media general; finalmente se encontraría el indicador “clientes” el cual recibe la menor atención siendo esta significativamente más reducida que el resto (0,956) y significativamente por debajo de la media.

Estas afirmaciones se encontrarían en consonancia con el trabajo de Vázquez y Cordero (2007), según el cual la información sobre impactos en la sociedad y clientes queda relegada a la divulgación sobre el comportamiento de las empresas en el plano medioambiental; sin embargo rechaza la hipótesis de Hamid (2004), la cual enuncia que

clientes y productos es el contenido mas divulgado entre las empresas del sector; como se puede observar, presenta diferencias significativas con respecto al resto de índices, siendo al que se le presta menos importancia de cuantos se analizan.

Tabla 37. Comparación de medias de los índices de información entre sí y con el nivel medio de divulgación.

Categoría	DRSC		
	Medias	Comparación	
		Categoría	Diferencia
Clientes	0,956	Comunidad	(0,087)**
		Empleados	(0,071)***
		Medioambiente	(0,176)*
		General	(0,081)*
Comunidad	1,043	Empleados	0,015
		Medioambiente	(0,090)**
		General	0,005
Empleados	1,028	Medioambiente	(0,105)***
		General	(0,010)
Medioambiente	1,133	General	0,095*
General	1,037	-	-

\*p<0,01; \*\*p<0,05; \*\*\*p<0,10.

Fuente: elaboración propia.

### A. Relación entre Agentes Directos – Agentes Indirectos

Especial mención merece la comparación entre los grupos de interés con relación directa con la entidad, y aquellos que mantienen una relación indirecta. Como se dijo en la teoría, se consideran grupos de interés con relación directa a los clientes y los empleados (mantienen una relación contractual con la entidad e intervienen en la actividad ordinaria de la empresa), y como grupos indirectos a la comunidad y el medioambiente (se ven afectados por la actividad pero su relación se basa más en un contrato ético tácito y no intervienen directamente en la actividad de la empresa). Así, se puede entender que pueda existir un comportamiento divulgativo diferenciado entre ambos grupos atendiendo a esta clasificación.

De la tabla siguiente se desprende la existencia de un nivel divulgativo general en el sector mayor hacia los agentes con los cuales las entidades mantienen una relación menos estrecha, lo que en principio puede significar una mayor preocupación por estos aspectos lo que lleva a pensar que la concepción general en el sector es que la información RSC debe servir para informar sobre aquellos grupos de interés sobre los que no existe una relación contractual de tipo legal. Este resultado se puede interpretar en relación a la concepción que las entidades puedan tener sobre la utilidad de la información de RSC; de este modo la visión mayoritaria de las EE.FF.D. es que la RSC se limita a informar sobre aquellos grupos sobre los que no tiene relación contractual, considerando en menor medida informar sobre aspectos de RSC relacionado con agentes directos.

Tabla 38. Comparación entre grupos de interés directos e indirectos

Categoría	DRSC		
	Media	Comparación	
		Categoría	Diferencia
Agentes directos	0,992	Agentes indirectos	(0,097)*
Agentes indirectos	1,089		

\*p<0,01; \*\*p<0,05; \*\*\*p<0,10.

Fuente: elaboración propia.

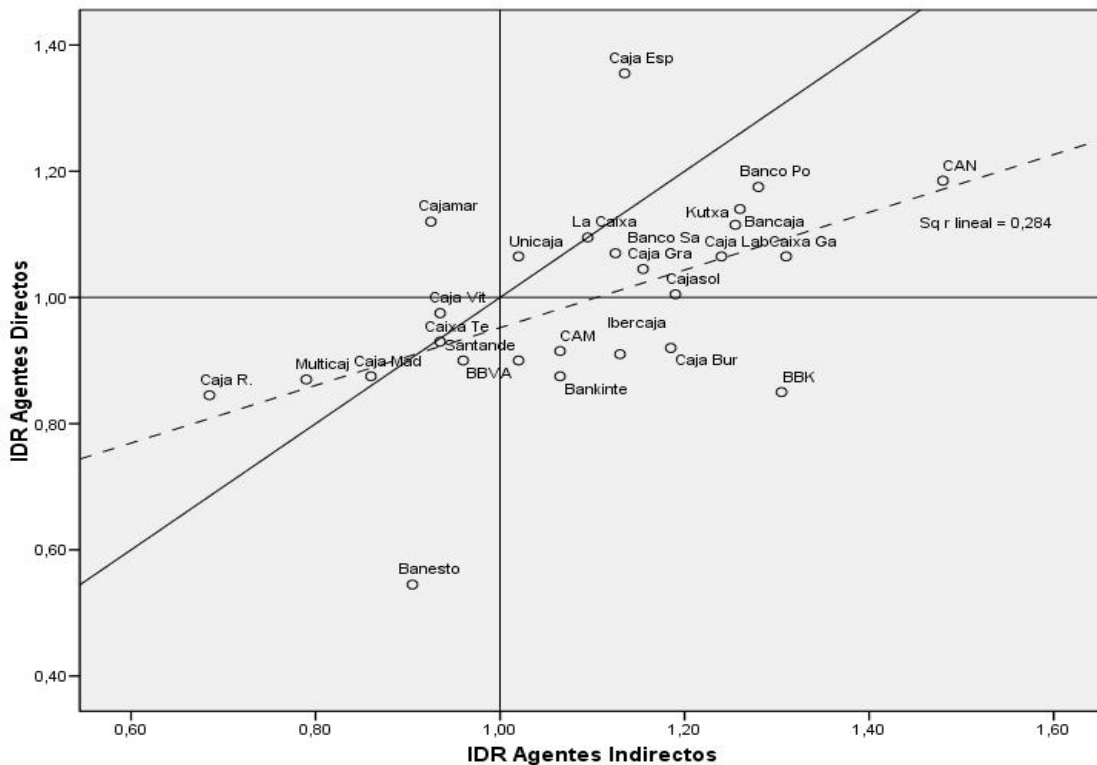
Si se compara el índice de divulgación sobre agentes o grupos de interés directos (clientes y empleados) con grupos de interés que mantienen una relación indirecta con las entidades se puede identificar una serie de características a nivel de entidades. En primer lugar, atendiendo a la relación entre los dos índices, se encuentra que existe una relación directa entre ambos, representada por la línea diagonal continua (la correlación es significativa para p<0,01); de esta manera cuanto mayor es el grado de divulgación de las entidades en relación a un índice mayor es el otro.

En segundo lugar, como se puede observar en el gráfico siguiente, se pueden agrupar las entidades en función de qué enfoque de responsabilidad sea el predominante;

asimismo, se puede apreciar dos grupos de entidades divididos por la línea diagonal continua sobre la cual la divulgación es similar para ambos tipos de categorías de contenido.

- Un primer grupo, compuesto por siete entidades (26,92%), de las cuales todas son entidades de naturaleza jurídica social presentan una disposición mayor a informar sobre contenidos relacionados con clientes y empleados (agentes directos).
- Un segundo grupo, más numeroso y heterogéneo (69,23%), compuesto por la totalidad de los bancos así como el resto de entidades de carácter social (a excepción de La Caixa que emite información por igual para ambos grupos), presenta una divulgación orientada a la comunidad y al medioambiente (agentes indirectos).

Gráfico 11. Publicación de información por grupos de interés.



Fuente: elaboración propia.

Tabla 39. Correlación entre variables

Correlaciones			
IDR Agentes Directos	Correlación de Pearson	IDR Agentes Directos	IDR Agentes Indirectos
		1	
IDR Agentes Indirectos	Correlación de Pearson Sig. (bilateral)	0,533* 0,005	1

\* La correlación es significativa para  $p < 0,01$ .

Fuente: elaboración propia.

### 2.3. Análisis de la información divulgada según las características de las entidades

Si bien, en el análisis de regresión se tratará de determinar de manera específica si las diferentes características de las entidades se traducen en determinantes para una mayor transparencia informativa, el análisis descriptivo puede suministrar unos indicios sólidos sobre los motivos que conducen a una entidad a ser mejor o peor en términos de transparencia y que serán aceptados o refutados posteriormente.

En este apartado de manera concreta se van a comparar los comportamientos divulgativos atendiendo a aquellas características o variables de tipo discreto, así como variables de tipo continuo las cuales son dicotomizadas siguiendo algún criterio<sup>83</sup> de agrupación; de este modo se pueden analizar por medio del método de la diferencia de medias los comportamientos de los distintos conjuntos de entidades.

Para este fin, de manera preliminar se examina mediante un ranking de entidades la posición que ocupa cada una de ellas con respecto a su comportamiento divulgativo en función del IDRg así como de cada uno de los grupos de interés. A partir de esta ordenación se examinan las diferentes características de las entidades y su posible relación con el nivel de divulgación (mayor / menor a la media); para este fin se emplea la herramienta de la tabla de contingencia (en el caso de las variables discretas) y la

---

<sup>83</sup> La variable grado de morosidad presenta un valor medio de 3,86%, mientras la variable paridad del consejo de administración cuenta con un 16,64% de media.

diferencia de medias para muestras independientes (en el caso de las variables continuas).

De este modo en primer lugar se examina el comportamiento divulgativo en relación al índice general de divulgación. Como recoge el anexo 9 tan solo dos variables presentan algún tipo de relación con el nivel de transparencia informativa. En primer lugar la variable paridad del consejo de administración indica la posibilidad de una relación entre una mayor igualdad de género y una mayor transparencia informativa; así, las entidades con mayor nivel de calidad en sus informes cuentan de media con un 23,2% de mujeres, mientras que el resto cuenta solo con un 10,1%. Por otra parte el número de entidades con necesidad de apoyo financiero por parte del estado es mayor entre las entidades con mayor nivel divulgativo (9 de 12), por tan solo 4 de 14 entidades sin necesidad de ayuda financiera que cuentan con un nivel divulgativo superior al de la media.

Seguidamente se examina el comportamiento divulgativo en relación con los clientes de la entidad. A la vista de los resultados obtenidos por una parte en la tabla siguiente con la clasificación de entidades según su transparencia informativa de cara a sus clientes; y por otra parte en el anexo 9 se puede afirmar que en principio una variable de tipo estructural como el nivel de morosidad y una variable relacionada con la estructura de gobierno corporativo como es la paridad en el consejo de administración determinar diferencias en el comportamiento divulgativo. Así, el riesgo de créditos impagados parece mayor (4,3%) en aquellas entidades con unos niveles divulgativos mayores, mientras que las que poseen unos niveles más bajos, también presentan niveles de impago menores (3,4%). En cuanto a la paridad, existen indicios de una relación directa entre ambas variables; por una lado mientras el número medio de mujeres en consejos de administración con niveles de divulgación por debajo de la media solo alcanza el 12,2%, en las entidades con mayor nivel divulgativo las mujeres representan el 21,1%.

Tabla 40. Ranking de entidades según el grado de transparencia en relación a sus clientes.

Posición	Entidad	Puntuación IDRc	Posición	Entidad	Puntuación IDRc
1	CAN	1,231	14	Unicaja	0,936
2	Bancaja	1,202	15	BBVA	0,933
3	La Caixa	1,183	16	Caja Burgos	0,933
4	Banco Popular	1,115	17	Caja Vital Kutxa	0,933
5	Caixa Terrassa	1,103	18	Caja R. Granada	0,897
6	Caja Laboral Popular	1,096	19	BBK	0,875
7	Kutxa	1,096	20	CAM	0,872
8	Caja España	1,090	21	Caja Madrid	0,865
9	Cajasol	1,029	22	Santander	0,846
10	Banco Sabadell	1,010	23	Ibercaja	0,817
11	Cajamar	1,000	24	Bankinter	0,712
12	Caja Granada	0,990	25	Multicaja	0,692
13	Caixa Galicia	0,962	26	Banesto	0,442
				Media	0,956

Fuente: elaboración propia.

A continuación, en relación a las variables que pueden influir en la revelación de información sobre la sociedad destacan variables como las relacionadas con la tipología de la entidad (naturaleza jurídica y tamaño, en volumen de depósitos), variables relacionadas con la estructura de gobierno corporativo (tamaño y paridad del consejo de administración), así como otras variables (ayuda estatal). De este modo, referente a la naturaleza jurídica, se observa cómo son las entidades de carácter social (CC.AA. y CC.CC.) las que mayor nivel divulgativo ya que solo 1 de los 6 bancos atienden mejor que la media los intereses de la sociedad. En cuanto al tamaño, es mayor el volumen de depósitos en las entidades con menor transparencia informativa. En referencia a la estructura de gobierno corporativo, las entidades con un nivel de divulgación por encima de la media presentan un consejo de administración mayor (18,5 frente a 15,7 consejeros) y una mayor presencia de mujeres (20,5% frente al 12,8%). Finalmente, parece existir indicios de una relación directa entre recibir ayuda estatal y la transparencia informativa; de este modo la mayor parte de las entidades que reciben

ayudas ofrecen mayor información (9 de 12, frente a solo 4 entidades de un total de 12 que no reciben ayuda estatal).

Tabla 41. Ranking de entidades según el grado de transparencia en relación a la comunidad.

Posición	Entidad	Puntuación IDRs	Posición	Entidad	Puntuación IDRs
1	CAN	1,446	14	Cajamar	1,000
2	Caja Laboral Popular	1,290	15	Banco Sabadell	0,963
3	Bancaja	1,285	16	CAM	0,943
4	Cajasol	1,278	17	La Caixa	0,889
5	Caja Burgos	1,274	18	BBVA	0,875
6	Caja Granada	1,237	19	Caja Vital Kutxa	0,870
7	Caixa Galicia	1,233	20	Santander	0,869
8	BBK	1,226	21	Multicaja	0,846
9	Banco Popular	1,219	22	Bankinter	0,817
10	Caja España	1,205	23	Caixa Terrassa	0,791
11	Kutxa	1,168	24	Caja Madrid	0,773
12	Unicaja	1,126	25	Caja R. Granada	0,750
13	Ibercaja	1,051	26	Banesto	0,692
				Media	1,043

Fuente: elaboración propia.

En tercer lugar, se encuentra que las variables con un mayor nivel de similitud con la calidad informativa sobre empleados son por un lado el tamaño de la entidad y la antigüedad de la misma. Así, en primer lugar, son las entidades de menor tamaño son las que presentan una mayor transparencia informativa de cara a sus propios empleados; por otro lado son las entidades con menor antigüedad las que se muestran menos reticentes a divulgar información.



Tabla 42. Ranking de entidades según el grado de transparencia en relación a sus empleados.

Posición	Entidad	Puntuación IDRh	Posición	Entidad	Puntuación IDRh
1	Caja España	1,619	14	Caja Vital Kutxa	1,024
2	Cajamar	1,238	15	La Caixa	1,012
3	Banco Popular	1,226	16	Ibercaja	1,000
4	Unicaja	1,190	17	Cajasol	0,976
5	Caixa Galicia	1,167	18	CAM	0,958
6	CAN	1,137	19	Santander	0,952
7	Kutxa	1,131	20	Caja Burgos	0,905
8	Banco Sabadell	1,125	21	Caja Madrid	0,875
9	Caja Granada	1,095	22	BBVA	0,869
10	Bancaja	1,083	23	BBK	0,815
11	Multicaja	1,048	24	Caja R. Granada	0,794
12	Bankinter	1,036	25	Caixa Terrassa	0,762
13	Caja Laboral Popular	1,030	26	Banesto	0,649
				Media	1,028

Fuente: elaboración propia.

Finalmente, en cuanto a la temática medioambiental las principales variables relacionadas son la rentabilidad de los activos y otras variables (existencia de un departamento dedicado a la RSC y la experiencia acumulada publicando informes sociales). En cuanto a la rentabilidad, se puede decir que existe una relación positiva, así las entidades con un nivel divulgativo mayor a la media presentan una rentabilidad sobre activos del 0,68%, mientras que la rentabilidad baja hasta el 0,51% para el resto.

Tabla 43. Ranking de entidades según el grado de transparencia en relación al medioambiente.

Posición	Entidad	Puntuación IDRe	Posición	Entidad	Puntuación IDRe
1	CAN	1,510	14	Banesto	1,115
2	Caixa Galicia	1,385	15	Cajasol	1,096
3	BBK	1,375	16	Caja Burgos	1,096
4	Banco Popular	1,337	17	Caixa Terrassa	1,077
5	Kutxa	1,337	18	Caja Granada	1,067
6	Bankinter	1,308	19	Caja España	1,064
7	La Caixa	1,298	20	Santander	1,048
8	Banco Sabadell	1,288	21	Caja Vital Kutxa	1,000
9	Bancaja	1,231	22	Caja Madrid	0,952
10	Ibercaja	1,212	23	Unicaja	0,910
11	CAM	1,192	24	Cajamar	0,846
12	Caja Laboral Popular	1,192	25	Multicaja	0,731
13	BBVA	1,163	26	Caja R. Granada	0,615
				Media	1,133

Fuente: elaboración propia.

#### A. Comparación de medias de divulgación en relación a la naturaleza jurídica de las entidades

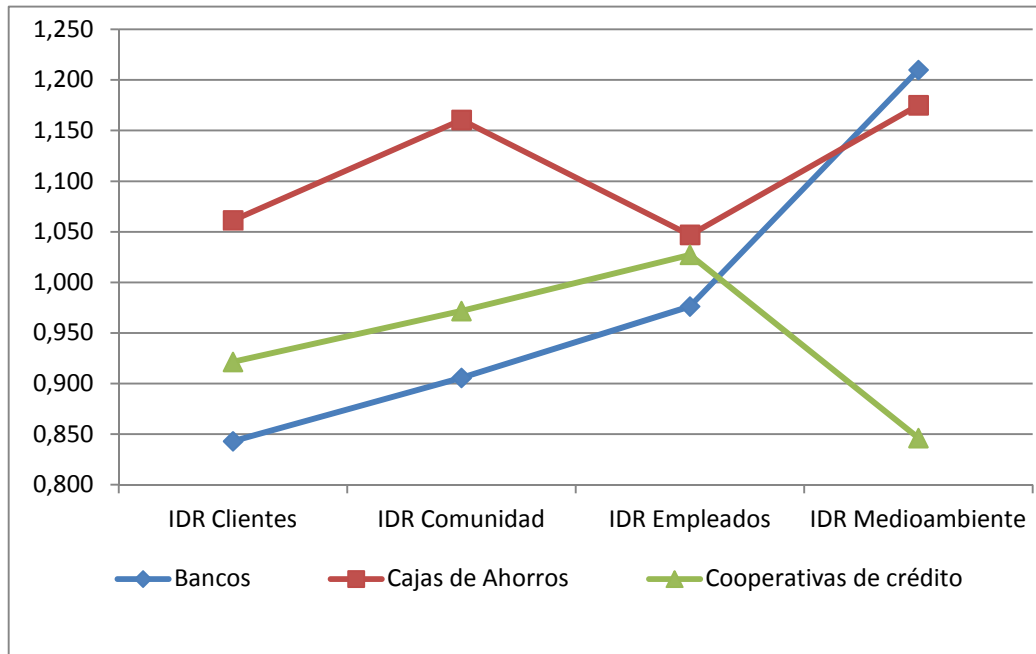
Continuando con el análisis anterior, en este apartado se trata de profundizar en las diferencias divulgativas en relación con su naturaleza social. De este modo, comparando la importancia otorgada por las EE.FF.D. a cada uno de los contenidos de la RSC, se puede observar a través del gráfico siguiente que las Cajas de Ahorros presentan mayores niveles de divulgación frente al resto de tipos de entidades en tres de los cuatro contenidos divulgativos (Clientes, Comunidad<sup>84</sup> y Empleados), principalmente en los dos primeros índices. Por otra parte, los Bancos centran sus esfuerzos divulgativos en Medioambiente<sup>85</sup> y destacan sobre el resto en su mayor calidad divulgativa sobre la

<sup>84</sup> Es interesante distinguir en un análisis posterior en más detalle si esta divulgación social tiene un matiz de dimensión interna o externa, ya que según sea una u otra, así se interpretará la importancia relativa que tiene la calidad de dicha información.

<sup>85</sup> Es interesante distinguir en un análisis posterior en más detalle si esta divulgación medioambiental tiene un matiz de dimensión interna o externa, ya que según sea una u otra se interpretará la importancia relativa que tiene la calidad de dicha información.

misma, así como registrando valores inferiores en el resto de contenidos en relación al resto de entidades. Finalmente, las Cooperativas destacan por su escasa atención sobre temas medioambientales.

Gráfico 12. Índices de contenido agrupados por tipo de entidad



Fuente: elaboración propia.

Mientras que Bancos y CC.CC. no muestran una tendencia clara en cuanto a la divulgación hacia agentes directos o indirectos, el gráfico muestra una mayor preocupación en las Cajas de Ahorros por los contenidos relacionados con los agentes con relación indirecta con las entidades. En la tabla siguiente se demuestra que dicha relación es significativa, lo que significa que las CC.AA. divulgan información de mayor calidad orientada hacia los contenidos relacionados con la comunidad y el medioambiente.

Tabla 44. Diferencias en las CC.AA. en relación al índice de divulgación sobre agentes directos e indirectos

CC.AA.	Agentes Directos	Agentes Indirectos	Diferencia
Media	1,027	1,144	(0,117)**

\*\*p<0,05.

Fuente: elaboración propia.

Finalmente, si bien existe disparidad en la divulgación de cada índice de contenido, el colectivo de empleados es el que presenta una valoración más homogénea entre los tres grupos de entidades de crédito.

El análisis de medias confirma la existencia de diferencias significativas entre entidades, específicamente a nivel de divulgación de la categoría de información Clientes y Comunidad. De tal forma se ratifican las afirmaciones de Ruiz *et al.* (2009) en relación a que las CC.AA. y las CC.CC. por sus orígenes y naturaleza social prestan mayor atención a estos colectivos.

Tabla 45. Comparativa de índices de contenido por tipo de entidad

Categoría	Bancos	CC.AA. y CC.CC.	Diferencia
Clientes	0,843	0,990	(0,147)***
Comunidad	0,906	1,084	(0,178)***
Empleados	0,976	1,043	(0,067)
Medioambiente	1,210	1,109	0,101
General	0,984	1,054	(0,070)

\*p<0,01; \*\*p<0,05; \*\*\*p<0,10.

Fuente: elaboración propia.

De todos modos, la comparación entre los niveles medios de divulgación entre bancos y CC.AA. y CC.CC. pone de manifiesto una importante diferencia, que no llega a ser significativa<sup>86</sup>, referida a medioambiente. Los bancos se preocupan más por temas

---

<sup>86</sup> Probablemente ha influido el reducido tamaño de la población “bancos”.

medioambientales, mientras que las entidades de naturaleza social tienen mayor tendencia a temas como comunidad, clientes y empleados. Por lo tanto, se puede afirmar que existen diferencias entre las entidades en el modo de entender la misma, atendiendo a los valores medios de divulgación. Para tratar de profundizar en este análisis de diferencias, en un apartado posterior, se van a comparar entre sí los elementos que componen cada una de las categorías de contenido.

El análisis de medias realizado en las tablas siguientes confirma las afirmaciones realizadas previamente. En relación a los bancos la divulgación de contenidos destaca en medioambiente siendo sustancialmente mayor sobre la media divulgativa general de la banca y sobre el resto de índices de contenidos. En un análisis más en profundidad se examinará el significado de esta divulgación en temas medioambientales; si esta se limita a informar de su impacto directo, el cual se vio en la teoría es muy reducido en el conjunto del sector, o si esta tendencia está relacionada con una verdadera implicación de la entidad en su compromiso a través de la actividad como agente intermediador.

Con respecto al resto de contenidos, destacar que es el índice de clientes el menos promocionado por las entidades con respecto al comportamiento medio observado.

Tabla 46. Bancos, comparación de medias de los índices de divulgación de categorías de información

Categoría	DRSC		
	Media	Comparación	
		Categoría	Diferencia
Clientes	0,843	Comunidad	(0,063)
		Empleados	(0,133)***
		Medioambiente	(0,367)*
		General	(0,141)**
Comunidad	0,906	Empleados	(0,071)
		Medioambiente	(0,304)*
		General	(0,078)**
Empleados	0,976	Medioambiente	(0,234)*
		General	(0,007)
Medioambiente	1,210	General	0,226*
General	0,984	-	-

\*p<0,01; \*\*p<0,05; \*\*\*p<0,10.

Fuente: elaboración propia.

La tabla siguiente pone de manifiesto la existencia de un comportamiento divulgativo más homogéneo por parte de las CC.AA. y CC.CC., de este modo las diferencias entre índices de divulgación no son tan acentuadas.

Tabla 47. CC.AA. y CC.CC., comparación de medias de los índices de divulgación de categorías de información

Categoría	DRSC		
	Media	Comparación	
		Diferencia	Diferencia
Clientes	0,990	Comunidad	(0,094)**
		Empleados	(0,053)
		Medioambiente	(0,119)**
		General	(0,064)**
Comunidad	1,084	Empleados	0,041
		Medioambiente	(0,025)
		General	0,030
Empleados	1,043	Medioambiente	(0,066)
		General	0,011
Medioambiente	1,109	General	0,056***
General	1,054	-	-

\*p<0,01; \*\*p<0,05; \*\*\*p<0,10.

Fuente: elaboración propia.

### B. Comparación de medias de divulgación en relación al tamaño de las entidades

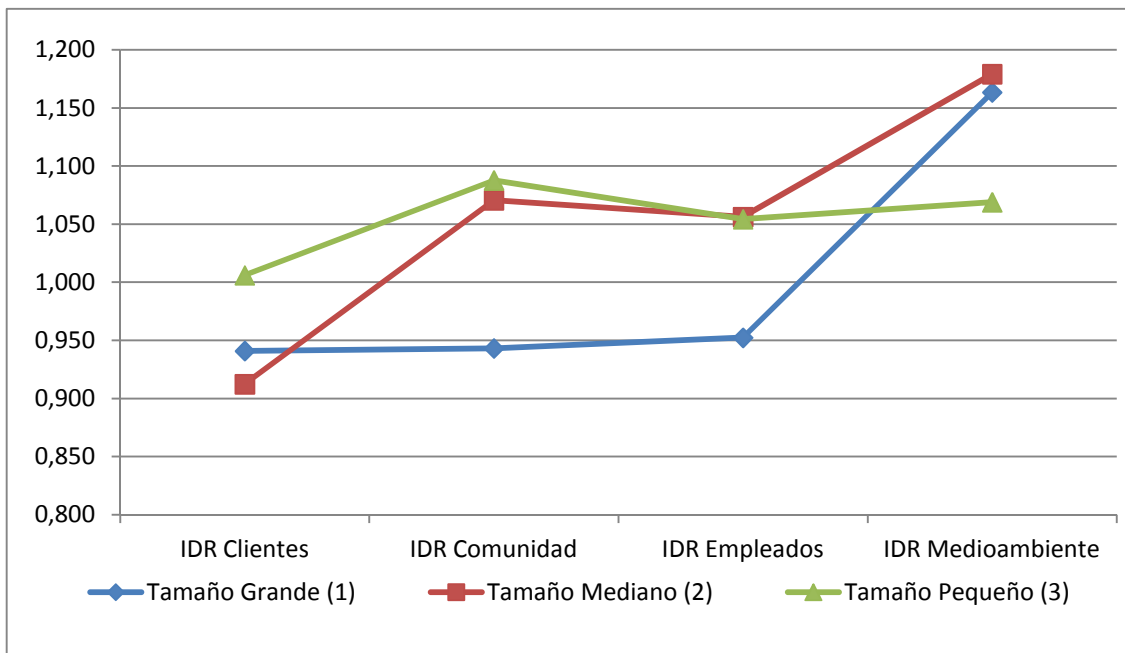
Atendiendo a las dimensiones, a partir del gráfico 13 se puede observar el comportamiento de cada tipo de entidad; de este modo en primer lugar las grandes entidades se centran en los contenidos informativos relacionados con el medioambiente, encontrándose el resto de contenidos muy por debajo, no llegando a la puntuación mínima para calificar la información al menos de cualitativa. La menor divulgación de información sobre agentes con relación directa con la entidad y el mayor tamaño de estas entidades, las cuales cuentan con una mayor estructura organizacional con un mayor número de empleados y clientes, supone la identificación de un riesgo de despersonalización y de alineación, como así lo afirma Seguí (2010). Asimismo, se puede

afirmar que por la naturaleza de su actividad<sup>87</sup> las entidades deberían prestar más atención sobre los temas que implican a sus empleados, jugando en este sentido gran importancia el grado de transparencia informativa mostrada hacia ellos.

Por otra parte, la menor preocupación por temas sociales frente a los ambientales, en línea con Vázquez y Cordero (2007) pone de manifiesto una visión limitada de la problemática que rodea el entorno de la entidad, quedando los impactos sociales notablemente infravalorados.

Finalmente, las entidades de tamaño medio centran, al igual que el caso anterior, su divulgación sobre RSC en los contenidos medioambientales, relegando la atención prestada a los contenidos referidos a clientes y productos.

Gráfico 13. Índices de contenido agrupados por tamaño de entidad



\*p<0,01; \*\*p<0,05; \*\*\*p<0,10.

Fuente: elaboración propia.

<sup>87</sup> Las EE.FF. pertenecen al sector servicios, en el cual los empleados, como fuerza de ventas, juegan un importante papel en el nivel de éxito de la compañía.



De otra parte, los resultados anteriores se pueden confirmar estadísticamente mediante diferencia de medias:

En primer lugar, por tamaños, la tabla 44 realiza mediante un análisis anova una comparación de medias múltiples pretendiendo demostrar si el tamaño está relacionado con el nivel de transparencia informativa de manera significativa. Tras su realización se desprende que las diferencias alcanzadas no son significativas.

A pesar de todo se encuentra que las entidades de tamaño pequeño presentan una información más homogénea frente al resto de grupos, con un patrón de comportamiento similar respecto a las entidades de tamaño medio en relación a Comunidad y Empleados.

Así, de forma general, mientras que el colectivo de clientes es el que menos se tiene en cuenta por parte de todas las entidades con independencia de su tamaño, si bien las entidades pequeñas se muestran más cercanas a las preocupaciones de sus clientes; en el otro extremo, la preocupación por el medioambiente es más elevada en las entidades de tamaño grande y medio. Entre ambos se encuentra que es muy semejante el nivel de divulgación sobre comunidad y empleados entre las entidades medianas y pequeñas. Por lo tanto, se puede afirmar la existencia de una serie de comportamientos similares; mientras que las entidades con un tamaño medio-grande se caracterizan por una elevada información medioambiental y escasa información sobre clientes, existe un elevado paralelismo entre la divulgación respecto a comunidad y empleados por parte de las entidades de tamaño pequeño-medio.

Tabla 48. Anova de 1 factor: comparativa de índices de contenido por tipo de entidad

Categoría de contenido	Tamaño Grande (1)	Tamaño Mediano (2)	Tamaño Pequeño (3)	Pruebas post hoc / HSD de Tukey / Comparaciones múltiples		
				Diferencia (1-2)	Diferencia (1-3)	Diferencia (2-3)
N	7	9	10			
IDR Clientes / productos	0,941	0,912	1,006	0,029	(0,065)	(0,094)
IDR Comunidad	0,943	1,071	1,088	(0,128)	(0,145)	(0,017)
IDR Empleados	0,952	1,056	1,054	(0,104)	(0,102)	0,002
IDR Medioambiente	1,163	1,179	1,069	(0,016)	0,095	0,110
IDR General	1,000	1,063	1,040	(0,064)	(0,040)	0,023

\*p<0,01; \*\*p<0,05; \*\*\*p<0,10.

Fuente: elaboración propia.

En segundo lugar, se resumen las tendencias concretas de manera individual para cada tipo de entidad en las próximas tablas.

A partir de las diferencias observadas previamente existe la posibilidad de identificar tendencias con respecto al enfoque de responsabilidad. De este modo se aprecia en su conjunto una cierta tendencia a informar mayoritariamente sobre grupos de interés con relación indirecta con la entidad (tabla 49), a excepción de las pequeñas entidades, las cuales presentan un comportamiento más homogéneo.

Tabla 49. Grado de divulgación entidades según su tamaño en relación a la tipología de grupos de interés según la media.

Tamaño	Grupos relación directa	Grupos relación indirecta	Diferencia
Grande	0,947	1,054	(0,108)***
Mediano	0,986	1,126	(0,140)***
Pequeño	1,030	1,080	(0,049)

\*p<0,01; \*\*p<0,05; \*\*\*p<0,10.

Fuente: elaboración propia.

Por lo que se refiere a entidades de gran tamaño su transparencia informativa es significativa superior en relación a los contenidos medioambientales en comparación con el índice de divulgación medio (IDRg) así como con el resto de grupos de interés. Por otra parte una atención significativamente inferior en relación a sus empleados con respecto a la media refuerza el enfoque indirecto de transparencia informativa.

Tabla 50. EE.FF.D. de gran tamaño, comparación de medias de los índices de divulgación de categorías de información.

Categoría	DRSC		
	Media	Comparación	
		Categoría	Diferencia
Clientes	0,941	Comunidad	(0,002)
		Empleados	(0,011)
		Medioambiente	(0,222)**
		General	(0,059)
Comunidad	0,943	Empleados	(0,009)
		Medioambiente	(0,220)**
		General	(0,057)
Empleados	0,952	Medioambiente	(0,211)*
		General	(0,048)***
Medioambiente	1,163	General	0,163**
General	1,000	-	-

\*p<0,01; \*\*p<0,05; \*\*\*p<0,10.

Fuente: elaboración propia.

A diferencia del comportamiento observado en el caso anterior, las entidades de tamaño medio presentan un enfoque indirecto de responsabilidad más equilibrado basado en una atención de calidad significativamente superior en relación tanto a la comunidad como al medioambiente.

Tabla 51. EE.FF.D. de tamaño medio, comparación de medias de los índices de divulgación de categorías de información.

Categoría	DRSC		
	Media	Comparación	
		Categoría	Diferencia
Clientes	0,913	Comunidad	(0,158)*
		Empleados	(0,143)**
		Medioambiente	(0,266)**
		General	(0,151)*
Comunidad	1,071	Empleados	0,015
		Medioambiente	(0,108)
		General	0,007
Empleados	1,056	Medioambiente	(0,123)
		General	(0,008)
Medioambiente	1,179	General	0,115***
General	1,064	-	-

\*p<0,01; \*\*p<0,05; \*\*\*p<0,10.

Fuente: elaboración propia.

A diferencia de lo que ocurre en el resto de entidades, en las entidades de menor tamaño no se aprecian diferencias significativas entre los distintos contenidos temáticos.

Tabla 52. EE.FF.D. de pequeño tamaño, comparación de medias de los índices de divulgación de categorías de información.

Categoría	DRSC		
	Media	Comparación	
		Categoría	Diferencia
Clientes y productos	1,006	Comunidad	(0,082)
		Empleados	(0,049)
		Medioambiente	(0,063)
		General	(0,034)
Comunidad	1,088	Empleados	0,033
		Medioambiente	0,019
		General	0,048
Empleados	1,055	Medioambiente	(0,014)
		General	0,015
Medioambiente	1,069	General	0,029
General	1,040	-	-

\*p<0,01; \*\*p<0,05; \*\*\*p<0,10.

Fuente: elaboración propia.

### C. Comparación de medias de divulgación en relación a la internacionalización de las entidades

Atendiendo a la presencia internacional de las EE.FF.D., la tabla siguiente no ofrece diferencias importantes que hagan indicar que este sea un factor determinante en un principio para explicar el comportamiento divulgativo. Cabe resaltar en todo caso el destacado interés que presentan las entidades con presencia en el exterior por divulgar información medioambiental (1,175 puntos) por encima del resto de contenidos, lo que hace que sea la única temática sobre la que destaquen las entidades internacionalizadas sobre las que no lo están.

Tabla 53. Internacionalización: comparativa de índices de contenido por tipo de entidad

1,2	Categoría	Sí (11)	No (15)	Dif.
	IDRc	0,942	0,966	(0,024)

## Capítulo 4: Análisis de resultados

IDRs	0,988	1,083	(0,095)
IDRh	1,01	1,041	(0,031)
IDRe	1,175	1,102	0,073
<hr/>			
Agentes Directos	0,977	1,004	(0,028)
<hr/>			
Agentes Indirectos	1,082	1,094	(0,012)
<hr/>			
General	1,036	1,039	(0,003)

\*p<0,01; \*\*p<0,05; \*\*\*p<0,10.

Fuente: elaboración propia.

En referencia a cada uno de los tipos de entidades, la tabla siguiente ofrece un análisis para cada conjunto de manera independiente. En primer lugar las entidades con presencia exterior una atención significativa mayor a los temas de sus agentes indirectos (0,105 puntos sobre los agentes directos), hecho que se basa sobre todo en la divulgación de temas medioambientales como se vio anteriormente. En segundo lugar se aprecia que el perfil divulgativo de las entidades no internacionalizadas no presenta un carácter más homogéneo en relación a todas las tipologías de contenidos divulgativos.

Tabla 54. EE.FF.D. según el grado de internacionalización. Comparación de medias de los índices de divulgación de categorías de información.

Internacionalización SI (11)				Internacionalización No (15)			
Categoría	DRSC			Categoría	DRSC		
	Media	Comparación			Media	Comparación	
		Categoría	Diferencia			Categoría	Diferencia
Clientes y productos	0,942	Comunidad	(0,046)	Clientes y productos	0,966	Comunidad	(0,046)**
		Empleados	(0,067)			Empleados	(0,074)
		Medioambiente	(0,232)*			Medioambiente	(0,135)**
		General	(0,093)**			General	(0,072)**
Comunidad	0,988	Empleados	(0,022)	Comunidad	1,083	Empleados	0,043
		Medioambiente	(0,187)*			Medioambiente	(0,018)
		General	(0,048)			General	0,045
Empleados	1,01	Medioambiente	(0,165)**	Empleados	1,041	Medioambiente	(0,061)
		General	(0,026)			General	0,002
Medioambiente	1,175	General	0,139*	Medioambiente	1,101	General	0,063
Agentes directos	0,977	Agentes indirectos	(0,105)**	Agentes directos	1,004	Agentes indirectos	(0,09)
		General	(0,059)**			General	(0,034)
Agentes indirectos	1,082	General	0,046**	Agentes indirectos	1,094	General	0,055**
General	1,036	-	-	General	1,039	-	-

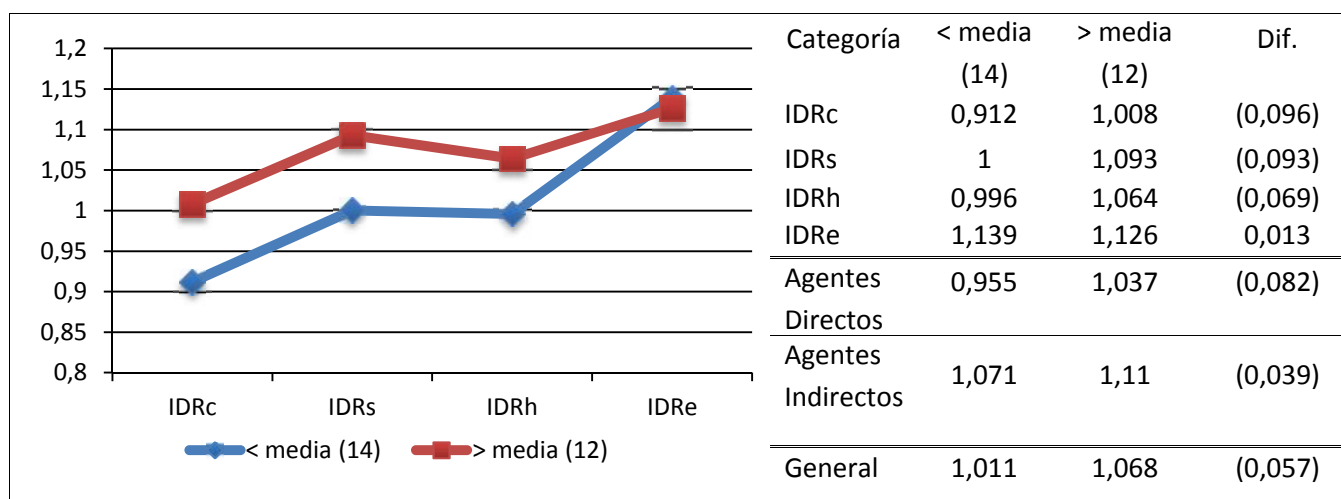
\*p<0,01; \*\*p<0,05; \*\*\*p<0,10.

Fuente: elaboración propia.

#### D. Comparación de medias de divulgación en relación al riesgo / morosidad de las entidades

A la vista de los resultados alcanzados en la tabla 55, se puede intuir de manera generalizada una mayor atención sobre todos los contenidos divulgativos, por parte de aquellas entidades con niveles de impago inferiores a la media, a excepción de la temática medioambiental. A pesar de todo las diferencias no llegan a ser significativas, por lo que el comportamiento de ambos se puede considerar homogéneo.

Tabla 55. Riesgo y morosidad: comparativa de índices de contenido por tipo de entidad



\*p<0,01; \*\*p<0,05; \*\*\*p<0,10.

Fuente: elaboración propia.

A pesar de la falta de diferencias entre entidades por el nivel de riesgo asumido en su política comercial, en la tabla siguiente se muestra el comportamiento individual para cada tipo de entidad. En primer lugar, las entidades con menor nivel de morosidad presentan una clara predisposición a difundir información en más detalle sobre los agentes indirectos (0,116 puntos sobre los agentes directos). Por su parte, las entidades con mayor volumen de impagos no presentan diferencias tan importantes manteniendo un comportamiento más homogéneo.



Tabla 56. EE.FF.D. según su grado de riesgo. Comparación de medias de los índices de divulgación de categorías de información.

Morosidad < media (14)				Morosidad > media (12)			
Categoría	DRSC			Categoría	DRSC		
	Media	Comparación			Media	Comparación	
		Categoría	Diferencia			Categoría	Diferencia
Clientes	0,912	Comunidad	(0,088)***	Clientes	1,008	Comunidad	(0,085)
		Empleados	(0,084)***			Empleados	(0,057)
		Medioambiente	(0,227)*			Medioambiente	(0,118)**
		General	(0,099)*			General	(0,060)***
Comunidad	1	Empleados	0,004	Comunidad	1,093	Empleados	0,028
		Medioambiente	(0,138)**			Medioambiente	(0,033)
		General	(0,011)			General	0,025
Empleados	0,996	Medioambiente	(0,143)***	Empleados	1,064	Medioambiente	(0,061)
		General	(0,015)			General	(0,004)
Medioambiente	1,139	General	0,127**	Medioambiente	1,126	General	0,057***
Agentes directos	0,955	Agentes	(0,116)**	Agentes directos	1,037	Agentes	(0,073)
		General	(0,057)**			General	(0,031)
Agentes indirectos	1,071	General	0,059**	Agentes indirectos	1,11	General	0,042**
General	1,011	-	-	General	1,068	-	-

\*p<0,01; \*\*p<0,05; \*\*\*p<0,10.

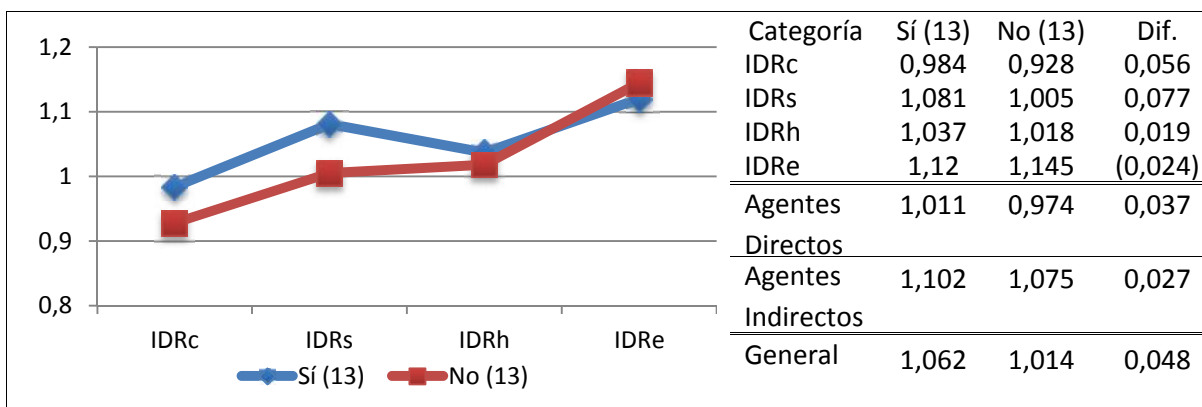
Fuente: elaboración propia.

### E. Comparación de medias de divulgación en relación a la estructura de gobierno corporativo

A la vista de los resultados expuestos la existencia o falta de pluralidad en la toma dirección parece no inducir ninguna diferencia esencial en la atención sobre los diferentes grupos de interés. Si bien, es en la mayor parte de los casos (clientes, comunidad y empleados) el conjunto de entidades con una dirección dual la que presenta un comportamiento más transparente.

Dualidad

Tabla 57. Dualidad: comparativa de índices de contenido por tipo de entidad.



\*p<0,01; \*\*p<0,05; \*\*\*p<0,10.

Fuente: elaboración propia.

En el caso concreto de cada grupo de entidades se pueden distinguir comportamientos similares. De este modo ambos grupos presentan un comportamiento principalmente enfocado hacia su entorno indirecto; si bien, a la vista de las diferencias entre medias ambos grupos difieren en el modo en el que lo hacen, así mientras las entidades que presentan dualidad ofrecen un mismo grado de atención tanto al conjunto comunidad como al de medioambiente; en el caso de las entidades sin presencia de dualidad, el enfoque se centra en ofrecer un enfoque medioambiental (diferencia de 0,140 puntos sobre la temática comunidad).

Tabla 58. EE.FF.D. según dualidad en la dirección de la entidad. Comparación de medias de los índices de divulgación de categorías de información.

Dualidad Si (13)				Dualidad No (13)			
Categoría	DRSC			Categoría	DRSC		
	Media	Comparación			Media	Comparación	
		Categoría	Diferencia			Categoría	Diferencia
Clientes	0,984	Comunidad	(0,097)***	Clientes	0,928	Comunidad	(0,076)
		Empleados	(0,053)			Empleados	(0,09)
		Medioambiente	(0,136)***			Medioambiente	(0,216)*
		General	(0,078)**			General	(0,085)**
Comunidad	1,081	Empleados	0,044	Comunidad	1,005	Empleados	(0,013)
		Medioambiente	(0,039)			Medioambiente	(0,140)**
		General	0,02			General	(0,009)
Empleados	1,037	Medioambiente	(0,083)	Empleados	1,018	Medioambiente	(0,127)
		General	(0,024)			General	0,004
Medioambiente	1,12	General	0,059	Medioambiente	1,145	General	0,131*
Agentes directos	1,011	Agentes indirectos	(0,091)***	Agentes directos	0,974	Agentes indirectos	(0,101)**
		General	(0,050)***			General	(0,039)
Agentes indirectos	1,102	General	0,041	Agentes indirectos	1,075	General	0,062*
General	1,062	-	-	General	1,014	-	-

\*p<0,01; \*\*p<0,05; \*\*\*p<0,10.

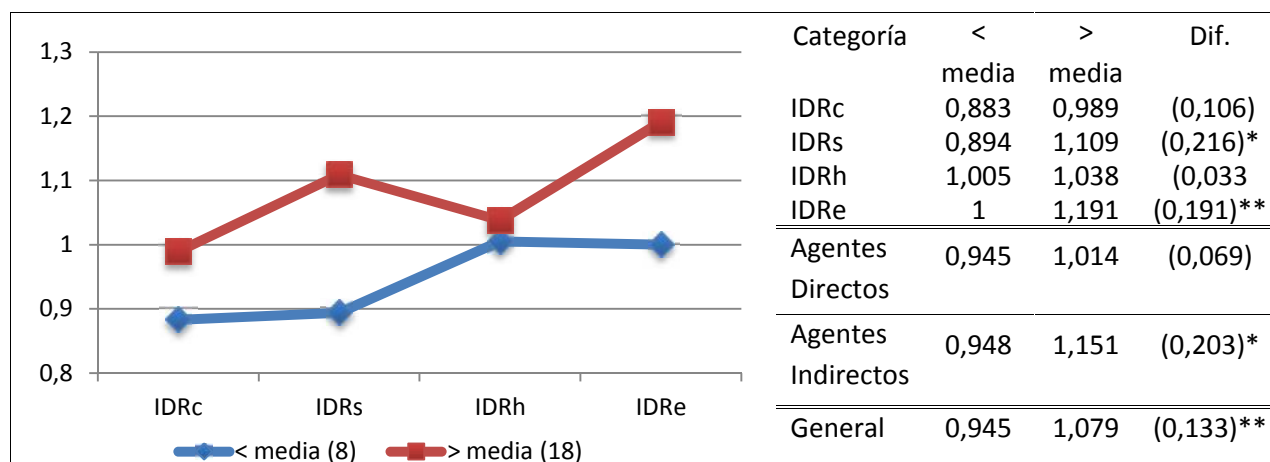
Fuente: elaboración propia.

### Paridad

Como se pudo observar de forma previa, el nivel de paridad en el seno del consejo de administración se muestra como una de las características más determinantes y relacionada de manera directa con el comportamiento divulgativo. A la vista de la tabla siguiente, se puede comprobar en primer lugar que de modo general las entidades con un número de mujeres superior a la media presentan significativamente mayor transparencia informativa (0,133 puntos); a continuación se observa que este comportamiento no es homogéneo en todos los casos sino que se refleja de manera

más intensa en relación al conjunto de contenidos referidos a una RSC indirecta (comunidad, 0,216 puntos más, y medioambiente, 0,191 adicionales). En este punto parece oportuno destacar que a pesar de que las entidades con mayor presencia de mujeres ofrecen un comportamiento divulgativo sensiblemente mejor, este hecho no se reproduce a la vista de los resultados en el caso de los empleados, donde las diferencias son mínimas.

Tabla 59. Paridad: comparativa de índices de contenido por tipo de entidad



\*p<0,01; \*\*p<0,05; \*\*\*p<0,10.

Fuente: elaboración propia.

A continuación, en relación a cada conjunto de entidades destacan los siguientes comportamientos: en relación a las entidades con un grado de paridad inferior a la media no se observan diferencias significativas en el grado de atención a agentes directos / indirectos; por otra parte en referencia a las entidades con mayor número de mujeres directivas, el mayor nivel divulgativo observado en la tabla previa referente a agentes indirectos justifica que estas entidades posean un perfil divulgativo más enfocado a atender cuestiones sociales y medioambientales, más que a sus clientes y empleados.

Tabla 60. EE.FF.D. según el grado de paridad en el consejo de administración.  
Comparación de medias de los índices de divulgación de categorías de información.

Paridad < media (8)				Paridad > media (18)			
Categoría	DRSC			Categoría	DRSC		
	Media	Comparación			Media	Comparación	
		Categoría	Diferencia			Categoría	Diferencia
Clientes	0,883	Comunidad	(0,011)	Clientes	0,989	Comunidad	(0,120)**
		Empleados	(0,122)***			Empleados	(0,049)
		Medioambiente	(0,118)			Medioambiente	(0,203)*
		General	(0,063)			General	(0,090)*
Comunidad	0,894	Empleados	(0,111)**	Comunidad	1,109	Empleados	0,072
		Medioambiente	(0,106)			Medioambiente	(0,082)
		General	(0,052)**			General	0,031
Empleados	1,005	Medioambiente	0,005	Empleados	1,038	Medioambiente	(0,154)**
		General	0,06			General	(0,041)
Medioambiente	1	General	0,055	Medioambiente	1,191	General	0,113*
Agentes directos	0,945	Agentes indirectos	(0,003)	Agentes directos	1,014	Agentes indirectos	(0,138)*
		General	0			General	(0,065)**
Agentes indirectos	0,948	General	0,003	Agentes indirectos	1,151	General	0,073*
General	0,945	-	-	General	1,079	-	-

\*p<0,01; \*\*p<0,05; \*\*\*p<0,10.

Fuente: elaboración propia.

## F. Comparación de medias de divulgación de acuerdo a otras características

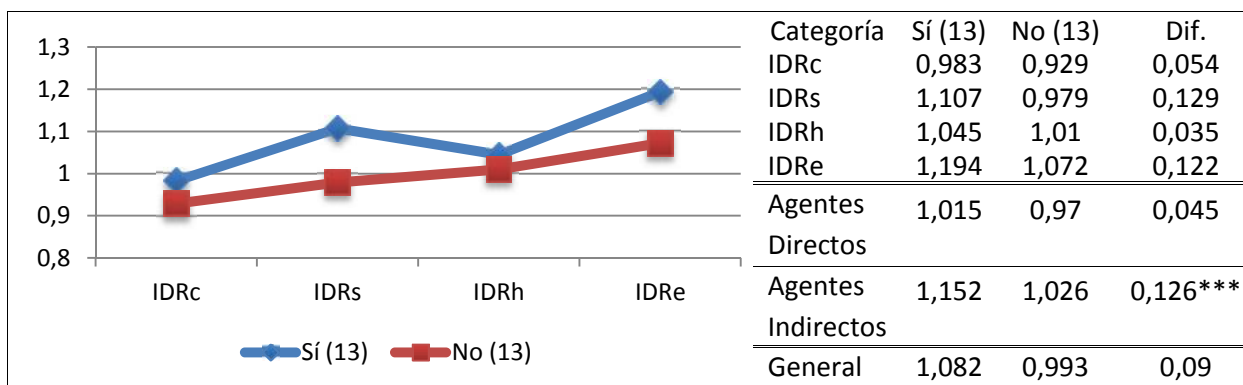
Finalmente, atendiendo a otras características de las entidades se detectan las tendencias diferenciadas dependiendo del criterio de agregación de los datos que se emplee.

### Departamento RSC

En relación a la existencia de un departamento encargado de la RSC y la importancia que ello conlleva para atender mejor su cometido divulgativo (Ayuso, 2009), se observan los siguientes resultados: el gráfico adjunto a la tabla cómo en todos los casos la existencia de un departamento dedicado que centralice las acciones y políticas de RSC, ofrece una transparencia mayor; si bien los datos ofrecidos por la tabla 61 no llegan a ofrecer

mayoritariamente diferencias significativas, estas si existen de manera generalizada en relación a los agentes indirectos con una diferencia de 0,126 puntos sobre las entidades que no cuentan organizadas las funciones de RSC en un solo departamento.

Tabla 61. Departamento RSC: comparativa de índices de contenido por tipo de entidad



\*p<0,01; \*\*p<0,05; \*\*\*p<0,10.

Fuente: elaboración propia.

En referencia a cada uno de los tipos de entidades, la tabla siguiente ofrece un análisis para cada conjunto de manera independiente. A pesar de las diferencias encontradas anteriormente entre ambos conjuntos de EE.FF.D., ambos grupos de manera individual presentan similares patrones de comportamiento. Así se tiene que ambos destacan por un enfoque indirecto de responsabilidad (0,137 puntos y 0,056 puntos respectivamente sobre los agentes directos aquellas entidades con y sin departamento de RSC).

Tabla 62. EE.FF.D. según la existencia de un departamento encargado de la RSC.  
Comparación de medias de los índices de divulgación de categorías de información.

Departamento RSC SI (13)				Departamento RSC No (13)			
Categoría	DRSC			Categoría	DRSC		
	Media	Comparación			Media	Comparación	
		Categoría	Diferencia			Categoría	Diferencia
Clientes y productos	0,983	Comunidad	(0,124)*	Clientes y productos	0,929	Comunidad	(0,05)
		Empleados	(0,062)			Empleados	(0,081)
		Medioambiente	(0,210)*			Medioambiente	(0,143)**
		General	(0,099)*			General	(0,064)
Comunidad	1,107	Empleados	0,062	Comunidad	0,979	Empleados	(0,032)
		Medioambiente	(0,086)			Medioambiente	(0,093)
		General	0,025			General	(0,014)
Empleados	1,045	Medioambiente	(0,149)***	Empleados	1,01	Medioambiente	(0,061)
		General	(0,037)			General	0,018
Medioambiente	1,194	General	0,111**	Medioambiente	1,072	General	0,079***
Agentes directos	1,015	Agentes indirectos	(0,137)*	Agentes directos	0,97	Agentes indirectos	(0,056)**
		General	(0,067)*			General	(0,023)*
Agentes indirectos	1,152	General	0,070*	Agentes indirectos	1,026	General	0,033*
General	1,082	-	-	General	0,993	-	-

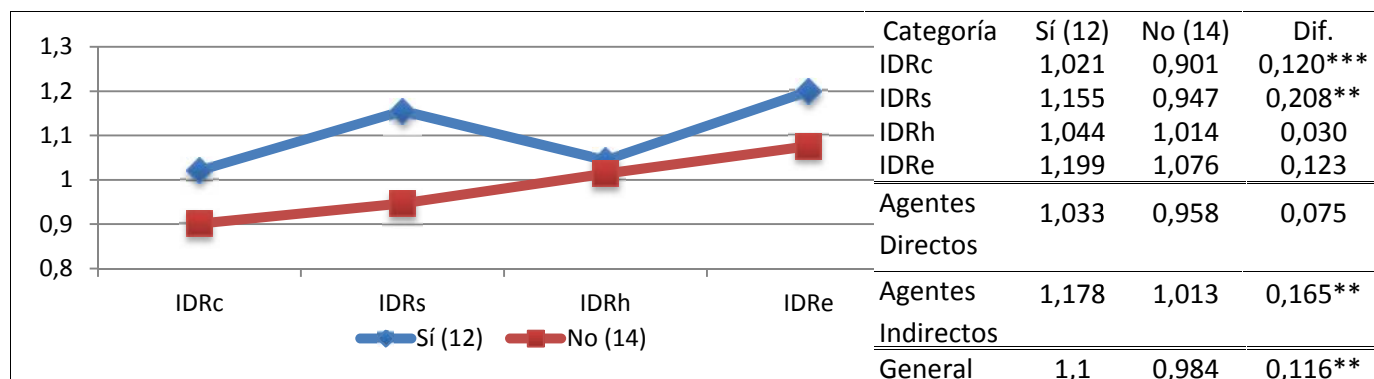
\*p<0,01; \*\*p<0,05; \*\*\*p<0,10.

Fuente: elaboración propia.

### Ayuda estatal

Por su parte, la necesidad de recurrir a ayudas estatales presenta grandes similitudes al caso anterior, aunque en este caso las diferencias llegan a ser más significativas. En primer lugar se puede observar que de modo general las entidades que han necesitado de asistencia financiera presentan un mayor grado de divulgación informativa (0,116 puntos más). Esta se concentra principalmente en una mayor atención por parte de estas entidades sobre el conjunto clientes (0,120 puntos) y comunidad (0,208 puntos). Este mayor nivel divulgativo no parece ser coherente con la recepción de ayudas públicas, pues se supone, que se hubieran evitado determinadas prácticas, las cuales no se suponen para unas entidades divulgativamente más responsables con su entorno.

Tabla 63. Necesidad de ayuda estatal: comparativa de índices de contenido por tipo de entidad



\*p<0,01; \*\*p<0,05; \*\*\*p<0,10.

Fuente: elaboración propia.

En referencia a cada uno de los tipos de entidades, la tabla siguiente ofrece un análisis para cada conjunto de manera independiente. En relación a las entidades que han necesitado de ayudas públicas, se observa de forma clara como estas tienen un enfoque de responsabilidad sesgado hacia el ámbito de los grupos de interés sin relación contractual formal (0,145 puntos sobre son agentes directos); por otra parte aquellas otras sin ayudas estatales, si bien cuentan con un nivel de transparencia inferior con respecto a las otras entidades, sí mantienen un enfoque más homogéneo sobre todo el conjunto de grupos de interés, si bien clientes y medioambiente son significativamente discordantes con respecto a la media (-0,083 y 0,092 respectivamente).



Tabla 64. EE.FF.D. según la necesidad de ayuda estatal. Comparación de medias de los índices de divulgación de categorías de información.

Ayuda estatal Si (12)				Ayuda estatal No (14)			
Categoría	DRSC			Categoría	DRSC		
	Media	Comparación			Media	Comparación	
		Categoría	Diferencia			Categoría	Diferencia
Clientes y productos	1,021	Comunidad	(0,134)**	Clientes y productos	0,901	Comunidad	(0,046)
		Empleados	(0,023)			Empleados	(0,113)**
		Medioambiente	(0,178)*			Medioambiente	(0,175)**
		General	(0,079)**			General	(0,083)**
Comunidad	1,155	Empleados	0,111	Comunidad	0,947	Empleados	(0,067)***
		Medioambiente	(0,044)			Medioambiente	(0,129)***
		General	0,055			General	(0,037)
Empleados	1,044	Medioambiente	(0,155)***	Empleados	1,014	Medioambiente	(0,062)
		General	(0,056)			General	0,03
Medioambiente	1,199	General	0,099*	Medioambiente	1,076	General	0,092***
Agentes directos	1,033	Agentes indirectos	(0,145)**	Agentes directos	0,958	Agentes indirectos	(0,055)
		General	(0,067)***			General	(0,026)
Agentes indirectos	1,178	General	0,078*	Agentes indirectos	1,013	General	0,029
General	1,1	-	-	General	0,984	-	-

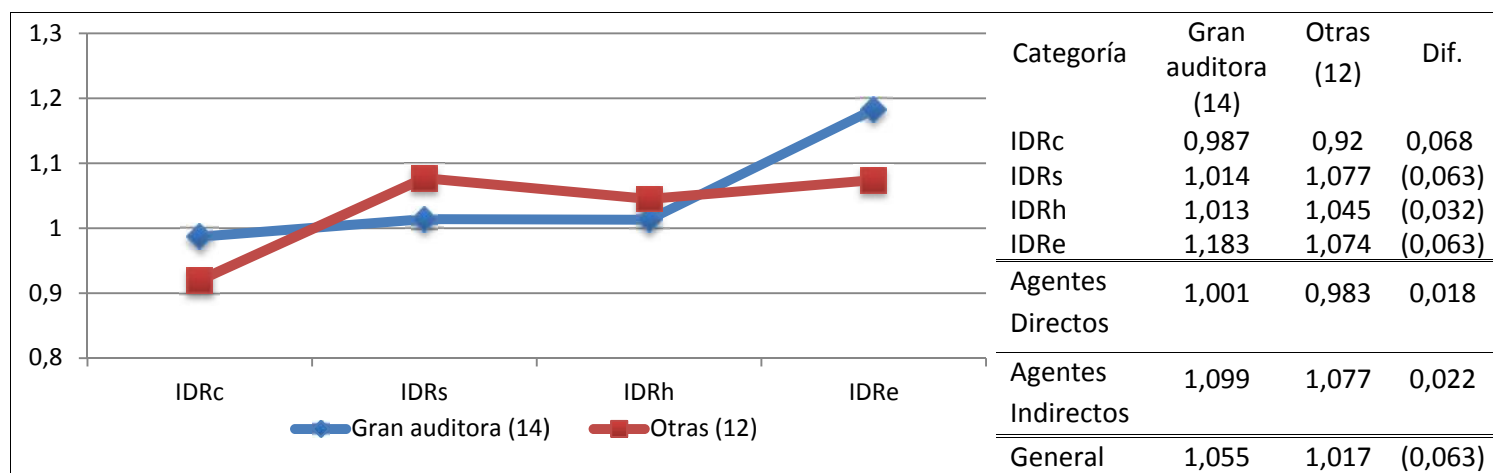
\*p<0,01; \*\*p<0,05; \*\*\*p<0,10.

Fuente: elaboración propia.

### Auditoría

Finalmente, en función del tamaño de la empresa encargada de verificar las cuentas de las entidades encontramos que de modo general no se aprecian diferencias significativas en el modo en que ambos conjuntos atienden las demandas de sus *stakeholders*.

Tabla 65. Empresa auditora: comparativa de índices de contenido por tipo de entidad



\*p<0,01; \*\*p<0,05; \*\*\*p<0,10.

Fuente: elaboración propia.

Tabla 66. EE.FF.D. según la empresa auditora que valida los informes y cuentas.

Comparación de medias por índices de divulgación de categorías de información.

Gran empresa auditora (14)				Otras auditoras (12)			
Categoría	Media	DRSC		Categoría	Media	DRSC	
		Comparación				Comparación	
		Categoría	Diferencia			Categoría	Diferencia
Clientes	0,987	Comunidad	(0,027)	Clientes	0,92	Comunidad	(0,157)*
		Empleados	(0,025)			Empleados	(0,125)**
		Medioambiente	(0,195)*			Medioambiente	(0,154)***
		General	(0,067)			General	(0,098)**
Comunidad	1,014	Empleados	0,001	Comunidad	1,077	Empleados	0,032
		Medioambiente	(0,169)*			Medioambiente	0,003
		General	(0,041)			General	0,059**
Empleados	1,013	Medioambiente	(0,170)*	Empleados	1,045	Medioambiente	(0,029)
		General	(0,042)			General	0,027
Medioambiente	1,183	General	0,128*	Medioambiente	1,074	General	0,057
Agentes directos	1,001	Agentes	(0,098)**	Agentes directos	0,983	Agentes	(0,094)
		General	(0,054)*			General	(0,034)
Agentes	1,099	General	0,044*	Agentes	1,077	General	0,060**
General	1,0547	-	-	General	1,017	-	-

\*p<0,01; \*\*p<0,05; \*\*\*p<0,10.

Fuente: elaboración propia.

Para completar el análisis, se pueden destacar peculiaridades referidas a cada uno de los conjuntos de entidades. Así en primer lugar se observa que si bien las entidades que confían la verificación de sus cuentas a grandes auditoras presentan un enfoque indirecto de responsabilidad. Por su parte, las entidades que cuentan con empresas auditoras más pequeñas, ofrecen una perspectiva en sus memorias menos sesgada hacia uno u otro enfoque; a pesar de todo estas entidades destacan principalmente por su atención a la comunidad (0,059 puntos sobre la media), lo que no deja de ser llamativo en relación a otras ocasiones en las que es la temática medioambiental la protagonista.

## G. Resumen y resultado de hipótesis

De este modo los resultados alcanzados en este apartado se resumen en la siguiente tabla con las principales diferencias por tipo de criterio de clasificación.

Tabla 67. Resumen de resultados.

Criterio de clasificación	Diferencias entre grupos	Características destacadas de cada grupo
Naturaleza jurídica	CC.AA. y CC.CC. más divulgación sobre clientes y comunidad	Bancos: medioambiente CC.AA. y CC.CC: agentes indirectos
Tamaño	No existen diferencias	Grandes y medianas: medioambiente Pequeñas: información homogénea
Riesgo	No existen diferencias	< Riesgo: medioambiente > Riesgo: medioambiente
Estructura de gobierno corporativo		
- Dualidad	No existen diferencias	Dualidad: Agentes indirectos No dualidad: Agentes indirectos
- Paridad	Entidades paritarias son más transparentes de modo general y principalmente en relación a comunidad y medioambiente	< Media: comportamiento homogéneo > Media: Agentes indirectos
Internacionalización	No existen diferencias	Internacionalizadas: Agentes indirectos No internacionalizadas: comportamiento homogéneo
Otras variables		
- Departamento RSC	Entidades con departamento RSC son más transparentes principalmente en relación a comunidad y medioambiente	Departamento RSC: agentes indirectos No departamento RSC: agentes indirectos
- Ayuda estatal	EE.FF.D. necesitadas de ayuda estatal son más transparentes de manera global, y de forma específica en relación a clientes y comunidad	Ayuda estatal: agentes indirectos Sin ayuda estatal: medioambiente
- Empresa auditora	No existen diferencias	Gran auditora: Agentes indirectos Otras auditoras: comportamiento homogéneo

Fuente: elaboración propia.

En relación a los resultados observados previamente se pueden contestar los diferentes interrogantes que plantean las hipótesis 1, 2 y 3.

Comparación contenidos directos – indirectos:

- La hipótesis 1, se rechaza de modo general debido a que ha quedado demostrado que la información relativa a empleados no tiene un trato preferente cuanto a transparencia informativa se refiere sobre los contenidos relacionados con los agentes externos a las entidades. Se demuestra que la información referente a empleados recibe el mismo tratamiento divulgativo que los contenidos sobre la comunidad y los contenidos medioambientales tienen mayor protagonismo en comparación con aquéllos.
- La hipótesis 2, también es rechazada, ya que se puede afirmar que la información que reciben los clientes sobre sus preocupaciones es menor que la que reciben los agentes indirectos (comunidad y medioambiente), o igual en todo caso; sin embargo, se aprecian diferencias positivas a favor de los clientes, atendiendo a la paridad en los consejos de administración y el hecho de haber recibido ayuda financiera. Concretamente, las entidades con una presencia de mujeres inferior a la media y aquellas que no han recibido ayudas estatales, satisfacen mejor las necesidades informativas sobre clientes que sobre contenidos relacionados con la comunidad.

Por tanto cabe decir que no existe una mayor atención sobre los agentes o *stakeholder* con los que las EE.FF.D. mantienen una relación directa, sino que en la casi completa totalidad de los casos esta es igual o inferior.

Comparación entre contenidos indirectos (comunidad y medioambiente):

- La hipótesis 3, es aceptada, constatándose de esta forma el planteamiento de Vázquez y Cordero (2007), pudiéndose confirmar que los contenidos medioambientales reciben un mejor trato informativo que las preocupaciones

sociales acerca de la comunidad; más aún, no se ha encontrado ningún caso específico en el que los contenidos sociales sean más divulgados que los medioambientales (en todo caso iguales). En relación a las características de las entidades, esta mayor calidad de la información medioambiental, se detecta en bancos, entidades de grandes dimensiones, con niveles de morosidad inferiores a la media, no duales, internacionalizadas, sin ayuda estatal y auditadas por grandes compañías. Por lo tanto, en estos casos se rechazan los planteamientos de autores como Castelo y Lima (2006) entre otros.

### **2.5. Análisis a nivel de elementos de categorías de contenido**

El objetivo que se pretende alcanzar en este apartado, es llegar a un análisis desagregado mediante la comparación de los niveles de divulgación de los distintos elementos que componen cada uno de los índices de contenido, con la finalidad de alcanzar una explicación más completa sobre las diferencias observadas a nivel de categorías de información (concretamente hipótesis 1, 2, y 3), así como contestar la hipótesis 4.

Para profundizar en el significado de dichas diferencias será necesario detenerse a analizar qué elementos informativos dentro de cada categoría de información son los que podrían estar provocando las diferencias divulgativas, lo que ayudaría a alcanzar una comprensión más amplia del fenómeno en estudio.

Si en el apartado anterior se identificaron diferencias estadísticamente significativas de manera general en el comportamiento divulgativo, principalmente con respecto a los clientes y el medioambiente (significativamente por debajo y por encima de la media general respectivamente); así como, en relación a las características concretas de las entidades, se observaron comportamientos desiguales en función del criterio de agregación, en este apartado se tratan de explicar tres cuestiones:

- Identificar diferencias significativas según las distintas características de las entidades a nivel de elementos dentro de categorías de contenido.
- Qué relación existe entre los distintos contenidos informativos.
- Identificar diferencias entre elementos de categorías de contenido según las características de las entidades.

#### **A. Comportamiento de cada elemento de contenido en relación a su índice de divulgación**

Para profundizar en el estudio de los comportamientos divulgativos, en este apartado se van a examinar los distintos elementos de contenido informativo que componen cada indicador en relación a la media general de forma que se puedan extraer conclusiones sobre qué elementos ocasionan las principales diferencias observadas en el punto anterior. Para ello la tabla siguiente muestra la media divulgativa con respecto a cada elemento ordenado por categoría (clientes, comunidad, empleados y medioambiente); en la columna final se muestra la diferencia media con respecto al indicador general de divulgación (IDRg).

En relación a los clientes de la entidad, previamente se vio que su nivel de transparencia se encontraba muy por debajo de la media; esto se debe en gran parte a que la mayor parte de los elementos de contenido que conforman este indicador se encuentran por debajo de la media, a excepción de los elementos “satisfacción del cliente y calidad del servicio” e “inclusión de clientes” los cuales son respectivamente superior e igual a la media general.

En segundo lugar, por lo que respecta a la comunidad, si bien la información suministrada se encontraba en un nivel de importancia intermedio para el sector financiero se puede observar una alta variabilidad de los resultados, que de forma conjunta hacen que los resultados positivos y negativos se acaben por anular y ofrezcan ese comportamiento que se corresponde con una importancia media por el conjunto del

sector. De este modo, los contenidos “política, declaraciones y sistema de gestión”, “contribución a la economía nacional” y “actividad social a través de la actividad intermediadora” se ven compensados con la elevada atención mostrada hacia las “actividades de apoyo a la comunidad local” seguida del “cumplimiento de la legislación, corrupción y competencia”.

En tercer lugar, la situación en la que se encuentra la transparencia sobre las inquietudes de los empleados, mantiene un apoyo similar al ofrecido sobre los contenidos sobre comunidad. De esta forma la variabilidad de los elementos de contenido es elevada; se distingue por una lado, que “salud y seguridad”, “retribución y condiciones de trabajo” y “otra información” son de manera mayoritaria poco divulgadas; sin embargo las EE.FF.D. en su conjunto prefieren dedicar sus esfuerzos a informar sobre las labores formativas emprendidas (formación y desarrollo profesional), así como acerca de la “diversidad e igualdad de oportunidades”.

Para finalizar este apartado se hace referencia al medioambiente, cuyos contenidos son los que adquieren un trato preferencial en relación con el resto de contenidos. A pesar de todo, un análisis detallado indica que, existen dos elementos de contenido escasamente atendidos; concretamente son los casos de “políticas, declaraciones y sistemas de gestión ambiental” así como lo relacionado con el cumplimiento de una ética medioambiental a través de los productos comercializados “medioambiente, productos y servicios”.



Tabla 68. Relación de cada elemento de contenido divulgativo con respecto al índice general.

<b>Elementos categoría “Clientes”</b>		IDRg	Diferencia	
Consumo ético	0,962			1,038
Satisfacción del cliente y calidad del servicio prestado	1,165	0,127**		
Seguridad de los clientes y confidencialidad	0,902	(0,136)**		
Inclusión clientes	0,945	(0,093)		
Otra información	0,688	(0,351)**		
<b>Elementos categoría “Sociedad”</b>				
Políticas, declaraciones y sistemas de gestión social	0,949	(0,089)**		
Actividades de apoyo a la comunidad local	1,434	0,396*		
Contribución a la economía nacional	0,875	(0,163)**		
Cumplimiento de la legislación, corrupción y competencia	1,158	0,120***		
Política pública	1,055	0,017		
Actividad social a través de la actividad intermediadora	0,694	(0,344)*		
<b>Elementos categoría “Empleados”</b>			Diferencia	
Relaciones empresa / trabajador	1,090	0,052		
Salud y seguridad	0,915	(0,123)*		
Formación y desarrollo profesional	1,342	0,304*		
Retribución y condiciones de trabajo	0,851	(0,187)*		
Condiciones de contratación y despido	0,943	(0,095)		
Diversidad e igualdad de oportunidades	1,475	0,437*		
Otra información	0,452	(0,586)*		
<b>Elementos categoría “Medioambiente”</b>			Diferencia	
Políticas, declaraciones y sistemas de gestión ambiental	0,845	(0,193)*		
Consumo y conservación de recursos y energía	1,631	0,593*		
Emisiones, vertidos y residuos e impactos en los ecosistemas	1,248	0,210*		
Inversiones y gastos medioambientales y cumplimiento normativo	1,150	0,112**		
Medioambiente, productos y servicios	0,846	(0,192)**		

\*p<0,01; \*\*p<0,05; \*\*\*p<0,10.

Fuente: elaboración propia.

## **B. Diferencias divulgativas entre los distintos contenidos informativos: enfoque de responsabilidad interno / externo**

Para conocer e interpretar en mayor medida los comportamientos de las entidades, a continuación se exponen las diferencias y relaciones que pueden existir entre elementos de categorías de contenido más significativas de acuerdo a la teoría de RSC.

En concreto, este análisis del comportamiento individual de cada elemento constituyente de cada índice de contenido permite distinguir comportamientos divulgativos que no es posible explicar de forma agregada.

De este modo existe la posibilidad de estudiar la dimensión de los impactos sobre su entorno; en la teoría se explicó la distinción entre la esfera interna y externa de las actividades de responsabilidad de las entidades. Como indica Larrache (2009), en una visión integral de la RSC, las EE.FF.D. generan efectos implícitos sobre su entorno a través del desarrollo de su propio negocio (principalmente a través de la labor de intermediación), y por otra parte, también puede generar efectos deliberados sobre su entorno a través de acciones de filantropía corporativa.

La mayor importancia de la responsabilidad de las EE.FF.D. reside en su esfera externa, en los efectos positivos que puede generar en el entorno a través de su papel como intermediario económico (como por ejemplo: exigencia y control de criterios sociales y medioambientales en las inversiones, preocupación por la satisfacción tanto del cliente como del empleado o el asesoramiento y promoción de un consumo ético). Frente a estas, se encuentran las actividades que se encuadran dentro del ámbito interno de la entidad; por una lado las actividades de filantropía corporativa (como por ejemplo actividades de patrocinio o mecenazgo o la acción social) y por otro lado el control de la huella medioambiental de los residuos y emisiones propios la actividad en oficinas, que debido a la propia naturaleza del sector, apenas dejan impacto si se compara con otros sectores de actividad, considerando que la actividad bancaria de manera interna es una actividad aséptica desde el punto de vista medioambiental.

Las posibles diferencias entre las dimensiones de responsabilidad interna y externa se enfatizan sobre todo en la caracterización de los contenidos referentes a los agentes con los que la entidad mantiene relación indirecta (comunidad y medioambiente), puesto que la relación con clientes y empleados es más cercana y directa no siendo tan relevantes las actividades filantrópicas ya que estas son empleadas principalmente para beneficiar explícitamente a sectores del entorno indirecto (comunidad y medioambiente) no alcanzados (o alcanzados de forma parcial) por el resto de elementos de la RSC de la entidad (Larrache, 2009) como pueden ser las medidas de sostenibilidad incardinadas en la actividad de intermediación propia de las EE.FF.D.

En la tabla siguiente se exponen los contenidos temáticos correspondientes a una dimensión de responsabilidad tanto interna como externa para los *stakeholders* comunidad y medioambiente. Así, las diferencias entre el ámbito interno y externo evidencian cuál es el enfoque de la actividad de responsabilidad de las entidades.

Tabla 69. Contenidos informativos relacionados con el enfoque interno / externo de responsabilidad.

IDRs		IDRe			
Elementos de contenido		Enfoque de responsabilidad	Elementos de contenido		Enfoque de responsabilidad
Actividades de apoyo a la comunidad local	IDRs2	Interno	Consumo y conservación de recursos y energía	IDRe2	Interno
Contribución a la economía nacional	IDRs3	Externo	Emisiones, vertidos y residuos e impactos en los ecosistemas	IDRe3	Interno
Cumplimiento de la legislación, corrupción y competencia	IDRs4	Externo	Inversiones y gastos medioambientales y cumplimiento normativo	IDRe4	Externo
Política pública	IDRs5	Interno	Medioambiente, productos y servicios	IDRe5	Externo
Actividad social a través de la actividad intermediadora	IDRs6	Externo			

\*p<0,01; \*\*p<0,05; \*\*\*p<0,10.

Fuente: elaboración propia.

La comparativa de los comportamientos divulgativos en relación a los criterios de clasificación definidos previamente se muestran en la tabla siguiente. Atendiendo a los resultados se puede observar que en todo el ámbito de la RSC indirecta (*stakeholder* comunidad y medioambiente), el enfoque de responsabilidad más empleado por las EE.FF.D. en relación a estos grupos es la dimensión interna; de este modo en todos los casos la información ofrecida es de mucha mayor calidad (por encima de 1) cuando las entidades informan sobre aspectos de su responsabilidad referidos a la filantropía corporativa y los impactos directos de su actividad.

Tabla 70. Dimensión Interna / Externa de RSC

Índice RSC	Dimensión RSC	Puntuación	Diferencia
Comunidad	Interna	1,245	0,336*
	Externa	0,909	
Medioambiente	Interna	1,439	0,441*
	Externa	0,998	
General	Interna	1,342	0,397*
	Externa	0,945	

\*p<0,01; \*\*p<0,05; \*\*\*p<0,10.

Fuente: elaboración propia.

Así por ejemplo, este enfoque se reproduce en el caso concreto del compromiso con la “acción social”, que se refleja en el IDRs2 (tabla 71), frente a la “actividad social a través de la actividad intermediadora” (IDRs6); y por otro lado, los “programas de reducción de consumos energéticos” para atenuar el impacto directo de la actividad (IDRe2) y el fomento de acciones medioambientales indirectas como intermediario financiero (IDRe5) alcanzando una elevada puntuación (muy por encima del IDRg). En cuanto a la información social, la práctica totalidad de las entidades desarrollan en detalle sus programas de patrocinio y mecenazgo, y ofrecen información pormenorizada de cada una de las actividades benéficas y filantrópicas que realizan, aunque este detalle de cada actividad concreta no aporta valor adicional divulgativo; sin embargo, a la hora de detallar cuáles son las medidas y controles sociales adoptados en la aceptación de operaciones la información se limita en muchas ocasiones a declaraciones generales de intenciones o la definición de criterios, pero no se ofrece información detallada sobre operaciones aprobadas bajo estos principios. En cuanto a la información de carácter medioambiental, la situación es prácticamente similar, mientras se ofrece una información muy completa sobre todas las medidas adoptadas en este sentido, la información referida a la aplicación de criterios medioambientales en la aceptación de operaciones es muy escasa.

Tabla 71. Comparativa entre elementos de categorías de contenido

Dimensión de RSC	Elemento		Puntuación	Diferencia
Interna	Actividades de apoyo a la comunidad local	IDRs2	1,434	0,740*
Externa	Actividad social a través de la actividad intermediadora	IDRs6	0,694	
Interna	Consumo y conservación de recursos y energía Medioambiente,	IDRe2	1,631	0,604*
Externa	productos y servicios	IDRe5	0,846	

\*p<0,01; \*\*p<0,05; \*\*\*p<0,10.

Fuente: elaboración propia.

Las razones de estas diferencias en los niveles de información se pueden deber a varias razones. La primera se encuentra en la mayor facilidad para definir y medir las actividades de responsabilidad interna, lo que permite ofrecer una información de más calidad, mientras que es sumamente complicado medir hasta qué punto es responsable la E.F. de los objetivos y acciones de los agentes con los que interactúa. En segundo lugar, la toma en consideración de la responsabilidad externa por parte de la banca es muy reciente, en comparación con otros contenidos<sup>88</sup>; por su parte las actividades de filantropía corporativa hunden sus raíces en un planteamiento de RSC limitado a la Acción Social, previo al actual más amplio, además de ser la génesis de entidades como las de carácter social (CC.AA. y CC.CC.) que, siguiendo a Vázquez y Cordero (2007) aún es entendida la RSC como acción social, cuando en realidad es solo una parte del comportamiento de responsabilidad; y por otro lado la problemática del cambio climático ha hecho que las entidades tengan una cierta tradición en informar sobre las medidas medioambientales internas surgidas e impulsadas por la Cumbre de Río y el

---

<sup>88</sup> No es hasta el año 2006 cuando se desarrolla un suplemento sectorial para el sector financiero en el que se hace alusión a la medición y control del impacto externo de las entidades.

Protocolo de Kyoto, más propias de otros sectores productivos con mayor impacto directo derivado de su actividad.

**C. Diferencias divulgativas entre los distintos contenidos informativos: actividades sociales / actividades medioambientales**

Una vez que se ha visto en el apartado anterior que las EE.FF.D. otorgan una mayor importancia a los contenidos informativos referentes al macroentorno de la entidad (sociedad y medioambiente) frente a los grupos de interés en contacto directo con la actividad habitual de la entidad (clientes y empleados), otro asunto importante, estrechamente relacionado con la actividad de responsabilidad de las EE.FF.D. es la dicotomía existente en la actualidad sobre la importancia de centrar esfuerzos en informar sobre impactos sociales o medioambientales. A la luz de los datos reflejados en la tabla siguiente se observa que, si bien los niveles divulgativos más importantes se localizan en los contenidos medioambientales, las diferencias son claramente más destacadas en relación a contenidos del ámbito interno de responsabilidad. De este modo, los contenidos sobre temas sociales que afectan a la comunidad se ven infravalorados frente a los contenidos referidos al entorno natural, confirmando los resultados de Vázquez y Cordero (2007), según los cuales las entidades identifican a día de hoy RSC de forma más intensa con el ámbito medioambiental, que con las actividades de carácter social.

Tabla 72. Comparativa dimensiones internas y externas de RSC.

Dimensión RSC	Índice RSC	Puntuación	Diferencia
Interna	Comunidad	1,245	(0,195)*
	Medioambiente	1,439	
Externa	Comunidad	0,909	(0,089)
	Medioambiente	0,998	

\*p<0,01; \*\*p<0,05; \*\*\*p<0,10.

Fuente: elaboración propia.

- Dimensión interna – externa de responsabilidad por características de entidades

Tras haber analizado el comportamiento de las entidades en su conjunto en cuanto a la visión sobre responsabilidad que reflejan sus memorias, se ha visto que la dimensión dominante se encuentra limitada al ámbito interno de la misma. En este apartado de lo que se trata es de examinar la existencia de comportamientos específicos diferentes del comportamiento general en relación a esta dimensión de responsabilidad, a partir de los datos recogidos en el anexo 11.

Atendiendo a las diferentes características de las entidades, en todos los casos la tendencia predominante es ha informar de manera predominante acerca de las actividades internas de las entidades. Dicho esto, existen diversas peculiaridades atendiendo a cada uno de los criterios de agrupación empleados.

En el caso de la naturaleza jurídica, las diferencias de medias de divulgación ponen de manifiesto que el enfoque de responsabilidad limitado al ámbito interno se desarrolla en mayor medida en el caso de las CC.AA. y CC.CC., ya que en este caso las diferencias llegan a ser más significativas; mientras que entre los bancos esta distinción no es tan pronunciada. Esta situación se explica por un doble motivo: por un lado lo bancos son más sensibles a la hora de informar sobre los efectos “indirectos” de su actividad como intermediarios financieros; y por otro lado las entidades de carácter social son más proclives a realizar actividades deliberadas de filantropía social entre la sociedad.

En relación a su tamaño, las entidades siguen el mismo esquema, si bien, a medida que el tamaño es mayor las diferencias entre los dos enfoques de responsabilidad se reducen, de manera más significativa en el ámbito medioambiental.

Aquellas entidades que presentan un riesgo de impago en los créditos concedidos superior a la media, presentan, sin llegar a ser diferencias significativas, mayores niveles de preocupación en relación a los contenidos internos referentes a la información sobre la comunidad. Las escasas diferencias se pueden explicar por la escasa relevancia que esta característica presenta en relación a los agentes indirectos (comunidad y



medioambiente), ya que por su propia naturaleza se relaciona principalmente a los clientes.

En lo relativo a la estructura de gobierno corporativo, las entidades que cuentan en sus consejos de administración con mayor número de mujeres presentan un perfil de responsabilidad más definido hacia los aspectos internos; este perfil más destacado se explica principalmente en relación a los contenidos internos de ámbito social los cuales destacan sobre el resto.

Por lo que se refiere a la internacionalización, las entidades con presencia internacional difieren del resto en que basan su enfoque divulgativo interno más en los contenidos de comunidad que en los medioambientales; que son por otro lado los contenidos divulgativos que, con diferencia son los que mayor calidad informativa presentan.

#### **D. Análisis de diferencias entre elementos de categorías de contenido según características de las entidades**

Para profundizar en las actuaciones que se llevan a la práctica hacia cada uno de los grupos de interés, se va a realizar un análisis de los contenidos informativos que componen relativos a cada grupo de interés, en función de las diferentes características de las entidades. Estos contenidos informativos están formados por los ítems de contenido<sup>89</sup> (como se definió en la teoría, son las unidades de registro básicas de la información recopilada en las memorias), así como los elementos informativos en los que se agrupan estos ítems y que conforman temáticas informativas independientes.

Para ello se va a tratar de conocer el comportamiento de cada elemento de información distinguiendo en función de cada una de las características identificadas en la teoría como claves para entender las tendencias divulgativas empresariales.

---

<sup>89</sup> Los resultados de las comparaciones de medias realizadas a nivel de ítems de contenido se recogen en anexo 15.

- Comparativa según la naturaleza jurídica de la entidad por elementos de categorías de contenido

Como ya se vio anteriormente, se observa la existencia de diferencias significativas en relación a los índices de contenido sobre los cuales las EE.FF.D. centran la información de sus memorias, en especial atendiendo al tipo de entidad. Para entrar en mayor detalle, se va a tratar de observar en qué elementos de información de los que componen cada índice se localizan las principales diferencias divulgativas; de este modo para cada índice de contenido (clientes, comunidad, empleados y medioambiente) se comparan entre sí las diferentes entidades según sus características para después ver su comportamiento de manera individualizada.

### Clientes

Atendiendo en primer lugar al grupo “clientes”, como ya se comprobó previamente, existe la tendencia a informar en mayor medida por parte de CC.AA. y CC.CC. Destaca por esta razón y de manera particular como elemento que aglutina mayor nivel de diferencias la “inclusión de clientes” (IDRc4); de este modo destacan contenidos como la “política hacia clientes insolventes”, así como la “inclusión financiera geográfica” y las acciones de “alfabetización y educación financiera”. En cuanto al resto de temas, la calidad divulgativa es ligeramente mayor, exceptuando el apartado “otra información”.

En el caso de los bancos destaca por encima de los demás contenidos la “satisfacción del cliente y calidad del servicio prestado” (IDRc2) siendo el único elemento perteneciente a clientes por encima de la media general; en cuanto al resto de elementos, estos se comportan de manera homogénea (todos por debajo del IDRg). Por su parte cajas y cooperativas de crédito, que presentaban una menor calidad media, reproducen estos comportamientos en relación a todos los elementos de la categoría “clientes” (de manera destacada por “otra información”), a excepción de IDRc2.

## Comunidad

Al igual que en el caso anterior, la transparencia informativa es sensiblemente mayor entre las entidades de tipo social en lo referido al grupo formado por los contenidos relacionados con la sociedad. En este caso las diferencias más marcadas se localizan en dos áreas fundamentalmente:

- El “cumplimiento de la legislación, corrupción y competencia”, donde se ofrece información con más detalle sobre el comportamiento competitivo correcto, entendido este como conjunto de medidas contra la corrupción y el soborno, infracciones cometidas y medidas adoptadas hacia ese fin.
- “Políticas, declaraciones y sistemas de gestión social” en el cual se ofrece una mayor transparencia a nivel de cuáles son las políticas sociales a emprender, y más concretamente en la participación activa en foros de debate para la discusión y promoción de su puesta en práctica (IDRs14).

Sin embargo, esta tendencia no es del todo homogénea ya que, se observan diferencias significativas entre entidades en función de la “aportación de la empresa al entorno local”. Principalmente son entidades de carácter social (75%) las que ofrecen información relativa a su aportación directa mediante su actividad en el lugar donde desarrollan la misma. Por otra parte, destacan no solo en IDRs2 sino también por su compromiso con el cumplimiento de la legislación, la corrupción y la competencia (IDRs4). De este modo, las entidades de naturaleza social se caracterizan por informar de manera mayoritaria en relación a la “participación en el capital de compañías con proyectos de componente social”, “aportación al PIB nacional” y “medidas adoptadas ante situaciones de corrupción”. Estas aportaciones explicarían en gran parte las razones por las cuales las entidades de carácter social son más transparentes en relación al elemento de contenido “contribución a la economía nacional” y “cumplimiento de la legislación, corrupción y competencia”.

Los bancos por su parte, son por un lado, los que de forma mayoritaria informan en relación al “empleo de paraísos fiscales” (práctica cada vez más puesta en entredicho ya que se relaciona con las prácticas de evasión de impuestos y blanqueo de capitales); y por otro lado, exponen en mayor medida su postura sobre “medidas de financiación del terrorismo y/o industria armamentística”. Esta mayor preocupación por parte de la banca en estos temas se puede argumentar debido a su mayor grado de internacionalización, en el caso del empleo de paraísos fiscales donde estos juegan un papel destacado en las transacciones; y en el caso de la financiación de actividades ilícitas puede deberse a su mayor grado de exposición pública. De este modo, los bancos informan en más detalle sobre contenidos relacionados con los impactos indirectos de su actividad.

### Empleados

En cuanto a la información sobre empleados, las diferencias son poco significativas; se vio que de modo agregado es el índice divulgativo más homogéneo a la hora de informar sobre él (la diferencia es de apenas 0,067 puntos entre ambas entidades). Tanto para bancos como entidades sociales, destacan entre sus principales preocupaciones la “diversidad e igualdad de oportunidades”, “formación y desarrollo profesional” y “relaciones empresa / trabajador). No obstante, un análisis en más detalle revela los siguientes resultados:

Se pueden encontrar diversas diferencias significativas; no solo a nivel de temas como la “salud y seguridad”, sino que también existen otras relacionadas con la práctica totalidad de elementos de contenido del indicador. De este modo, se pudo que algunos temas en concreto son mayormente atendidos por las entidades de tipo social.

Esta mayor sensibilidad de las entidades de carácter social está relacionada principalmente, con una mayor preocupación por la salud y seguridad de los trabajadores, siendo esta significativamente mayor que en caso de los bancos, sobre

todo en lo referente a la accidentalidad (IDRh24), así como en programas concretos de salud y la formación en salud laboral.

En segundo lugar, destaca en lo relativo al “desarrollo de sus profesionales” la información ofrecida sobre “la formación continua de cara a su carrera profesional en la entidad”. Este mayor esfuerzo puede ser interpretado como síntoma de una mayor preocupación por la estabilidad profesional dentro de la empresa. Por otra parte, destaca por un mayor reflejo en sus memorias la cada vez más creciente preocupación relativa a conciliar el ámbito profesional con el personal de los trabajadores; preocupación que se pone de manifiesto en la Ley 39/1999 para la conciliación de la vida familiar y laboral, sin embargo tan solo un 27,78% de las entidades aportan algún tipo de dato numérico más allá de la información cualitativa. Finalmente, otro punto fuerte frente a los bancos, es la transparencia informativa con respecto a la “contratación de personas con discapacidad”, en este caso, a pesar de existir la obligación legal para incorporar discapacitados en las empresas, es escaso el número de bancos que pudiendo informar sobre su labor no lo hagan, poniendo de manifiesto la posibilidad de que estas entidades estén de forma mayoritaria incumpliendo con lo que establece la ley. Como dato positivo, el 100% de las entidades ofrece información de gran calidad sobre este tema.

### Medioambiente

Finalmente, en relación con los contenidos medioambientales, si bien los bancos ofrecen más información sobre estos, la diferencia no llegaba a ser estadísticamente significativa como para considerarla mayor que en cajas y cooperativas.

En el ámbito medioambiental, las EE.FF.D. podían adoptar un doble papel como se vio anteriormente, tomando en consideración el impacto de sus actividades de forma directa e indirecta. Destacar además, que, mientras en las primeras, la mayor parte de los datos ofrecidos son de tipo cuantitativo, las actuaciones indirectas se presentan de manera mayoritaria en forma de información cualitativa, no numérica, lo que le resta

valor. Como ya se vio, esto está ocasionado por la mayor dificultad para las entidades de cuantificar sus impactos indirectos.

Comparativamente, aunque de manera agregada no se dan diferencias, las CC.AA. y CC.CC. destacan en informar sobre ítems relacionados con impactos directos de su actividad “consumo de agua y materiales” y “residuos gestionados”.

Los bancos por su parte, muestran mayor preocupación divulgativa por el elemento “medioambiente, productos y servicios”. Esto pone de manifiesto la preocupación que estos tienen por los impactos ambientales indirectos de su actividad así como el control sobre los mismos, como pueden ser las medidas a “priori” como es la fijación de criterios medioambientales en la evaluación de clientes (IDRe53); mediadas de seguimiento como el control de riesgos medioambientales (IDRe54) relacionado con la actividad indirecta de la entidad; así como la financiación a compañías en proyectos con componente medioambiental (IDRe55). Como ejemplo de ello se encuentra la aprobación de créditos bajo las exigencias de Los Principios de Ecuador<sup>90</sup>, siendo los bancos los que mayoritariamente sufragan estos por sus dimensiones de actividad internacional.

---

<sup>90</sup> Los Principios de Ecuador son un compromiso voluntario que adoptan las EE.FF. Estos principios fijan el establecimiento de una serie de requisitos medioambientales y sociales necesarios para la concesión de créditos, principalmente en grandes proyectos de inversión.

Tabla 73. Comparativa de elementos de categorías de contenido según la naturaleza jurídica de las entidades.

	Bancos (1)	Dif. IDRg <sup>91</sup>	CC.AA. y CC.CC (2)	Dif. IDRg <sup>92</sup>	Diferencia (1-2)
IDRc1	0,849	(0,135)***	0,995	(0,058)	(0,146)
IDRc2	1,111	0,127	1,181	0,127	(0,069)
IDRc3	0,750	(0,234)***	0,947	(0,106)	(0,197)
IDRc4	0,683	(0,300)	1,023	(0,030)	(0,340)***
IDRc5	0,698	(0,286)*	0,684	(0,369)*	0,014
IDRS1	0,808	(0,175)**	0,991	(0,063)	(0,183)**
IDRS2	1,306	0,322**	1,472	0,419*	(0,167)
IDRS3	0,758	(0,225)	0,910	(0,144)	(0,152)
IDRS4	0,783	(0,200)	1,270	0,216*	(0,487)*
IDRS5	0,813	(0,171)	1,128	0,075	(0,316)
IDRS6	0,842	(0,142)	0,649	(0,404)*	0,193
IDRh1	1,104	0,120**	1,086	0,033	0,018
IDRh2	0,778	(0,206)**	0,956	(0,098)***	(0,178)***
IDRh3	1,361	0,377*	1,337	0,283*	0,024
IDRh4	0,833	(0,150)	0,856	(0,197)*	(0,023)
IDRh5	0,917	(0,067)	0,951	(0,103)	(0,034)
IDRh6	1,400	0,416**	1,498	0,444*	(0,097)
IDRh7	0,427	(0,557)*	0,459	(0,594)*	(0,032)
IDRe1	0,979	(0,005)	0,805	(0,249)*	0,174
IDRe2	1,642	0,658*	1,628	0,574*	0,014
IDRe3	1,258	0,275**	1,245	0,191*	0,013
IDRe4	1,100	0,116	1,165	0,111**	(0,065)
IDRe5	1,117	0,133	0,765	(0,289)*	0,352**

\*p<0,01; \*\*p<0,05; \*\*\*p<0,10.

Fuente: elaboración propia.

<sup>91</sup> IDRg = 0,984

<sup>92</sup> IDRg = 0,984

- Comparativa según la tamaño de la entidad por elementos de categorías de contenido

Atendiendo al tamaño de las entidades, las diferencias son menos significativas que las alcanzadas en función de la naturaleza jurídica; así de modo agregado por índices de contenido no mostraban diferencias en la calidad informativa atendiendo a este criterio. Sin embargo un análisis más en profundidad descubre alguna peculiaridad con respecto a la forma en que las entidades según su tamaño atienden las demandas de su entorno.

### Clientes

Por lo que respecta a clientes no se observan diferentes comportamientos atendiendo al tamaño, si bien se intuye un aumento progresivo en los niveles de transparencia informativa en relación inversa con el tamaño de los grupos en lo que se refiere a los contenidos “consumo ético” (IDRs1) y “seguridad de los clientes y confidencialidad” (IDRc3).

### Comunidad

En referencia al índice de divulgación “comunidad”, tan solo se observan diferencias de carácter significativo en relación al “cumplimiento de la legislación, corrupción y competencia”, siendo claramente más opacas sobre estos temas las grandes entidades en comparación con las entidades de tamaño mediano y pequeño. Esta falta de información puede ser un síntoma de una situación de abuso de situación de dominio, mediante la cual ejercer sus actividades sin atender a los requerimientos de libre competencia de mercado. De este modo destacan aspectos informativos como las medidas anticorrupción (IDRs42), contabilización de las situaciones manifiestas de corrupción (IDRs43), así como respeto por la libre competencia (IDRs44).

De manera particular las grandes entidades, si bien destacan por ofrecer una información bastante detallada de la labor de apoyo en los lugares donde se localiza



(IDRs2), en el lado opuesto, el resto de indicadores no alcanza ni si quiera la puntuación de 0,9. Mientras tanto, las entidades de tamaño medio y pequeño ofrecen un comportamiento algo más similar entre si, ofreciendo unos elevados niveles de calidad informativa, no solo en “actividades de apoyo e inversión en la comunidad local”, sino que también en relación al “cumplimiento de la legislación, corrupción y competencia”. Finalmente, merece especial atención el especial interés mostrado por las grandes entidades al destacar por informar sobre el empleo de paraísos fiscales así como por la financiación de actividades ilícitas. Las razones para ambas podrían ser las mismas que las vistas según la naturaleza jurídica.

### Empleados

Como se indicó previamente, las principales diferencias se localizaban en relación a los temas de “salud y seguridad”, siendo las grandes entidades las que prestaban menos atención hacia estos temas; concretamente en relación a la “representación de trabajadores en los comités de salud y seguridad” e “información y formación a los empleados en riesgos laborales”.

Por otro lado, se observa, aunque no de manera tan significativa, una progresión en la transparencia informativa referida a “condiciones de contratación y despido” cuanto menor es el tamaño de la entidad; así, un mayor tamaño parece estar relacionado con un menor cuidado por el proceso de incorporación del personal y por la forma en que se prescinde de este. Por otra parte, dentro de este indicador, se encuentra que son las entidades de medianas y pequeñas dimensiones las que mayoritariamente ofrecen información en relación al ítem “rotación” de empleados. Como se vio dentro de la teoría de la legitimidad, esta falta de información por parte de las grandes entidades estaría causada por una falta de interés en informar sobre estos contenidos. Se podría suponer en este caso, siguiendo el GRI (2006), que esta falta de información es debida a un elevado nivel de incertidumbre o descontento entre los empleados o un profundo nivel de cambios en la estructura de la organización.

Finalmente, dentro de las “relaciones empresa / trabajador” destacan las entidades de tamaño medio por informar acerca de los cambios organizativos que afectan a sus empleados, como por ejemplo en el caso de cierres o traslados. Como término medio dos de cada tres entidades ofrecen información acerca del número de días mínimos obligatorios por la empresa para comunicar estas decisiones.

### Medioambiente

Finalmente, en cuanto al índice de divulgación sobre medioambiente se observa que son las entidades de gran tamaño las que presentan una mayor nivel de preocupación frente a los efectos indirectos de su actividad como agentes intermediadores (principalmente referentes a “medioambiente, productos y servicios”); así, el 100% de las grandes entidades informan sobre “Financiación a compañías en proyectos con componente medioambiental” (IDRe55). Además, también destacan los criterios exigidos para conceder la financiación (IDRe53), así como el seguimiento de los mismos (IDRe54).

Sin embargo, es cierto que son los que menos informan en lo referente a “inversiones y gastos medioambientales y cumplimiento normativo”, siendo menos claros en cuanto a los desembolsos realizados por multas recibidas (IDRe45) o adopción de medidas para reducir el impacto ambiental (IDRe43).

Tabla 74. Comparativa de elementos de categorías de contenido según las dimensiones de las entidades.

	Tamaño Grande (1)	Dif. IDRg <sup>93</sup>	Tamaño Mediano (2)	Dif. IDRg <sup>94</sup>	Tamaño Pequeño (3)	Dif. IDRg <sup>95</sup>	Dif. (entre categorías)
IDRc1	0,875	(0,125)**	0,953	(0,111)	1,030	(0,010)	
IDRc2	1,167	0,167***	1,088	0,024	1,232	0,192	
IDRc3	0,762	(0,238)***	0,895	(0,169)	1,006	(0,035)	
IDRc4	1,021	0,022	0,865	(0,199)	0,963	(0,077)	
IDRc5	0,768	(0,232)*	0,641	(0,422)*	0,673	(0,367)*	
IDRS1	0,893	(0,107)	0,994	(0,069)	0,947	(0,094)	
IDRS2	1,512	0,512*	1,276	0,213**	1,521	0,481*	
IDRS3	0,679	(0,321)**	1,046	(0,017)	0,858	(0,182)***	*
IDRS4	0,771	(0,228)**	1,254	0,190	1,342	0,301*	
IDRS5	0,813	(0,187)	1,153	0,089	1,138	0,097	
IDRS6	0,814	(0,186)	0,669	(0,395)*	0,632	(0,409)*	
IDRh1	1,143	0,143	1,122	0,058	1,025	(0,015)	
IDRh2	0,702	(0,298)**	1,060	(0,004)	0,932	(0,108)	*
IDRh3	1,220	0,220**	1,483	0,419**	1,301	0,261*	
IDRh4	0,833	(0,167)**	0,914	(0,150)	0,807	(0,233)**	
IDRh5	0,887	(0,113)	0,923	(0,141)	1,000	(0,040)	
IDRh6	1,379	0,379*	1,552	0,488*	1,473	0,433*	
IDRh7	0,571	(0,428)*	0,477	(0,587)*	0,346	(0,694)*	
IDRe1	0,946	(0,053)	0,906	(0,158)	0,719	(0,321)*	
IDRe2	1,593	0,593*	1,717	0,653*	1,580	0,540*	
IDRe3	1,079	0,079	1,350	0,286*	1,275	0,235**	
IDRe4	1,021	0,022	1,296	0,233*	1,108	0,068	***
IDRe5	1,221	0,222**	0,681	(0,382)*	0,732	(0,309)*	*

\*p<0,01; \*\*p<0,05; \*\*\*p<0,10.

Fuente: elaboración propia.

<sup>93</sup> IDRg = 0,999

<sup>94</sup> IDRg = 1,064

<sup>95</sup> IDRg = 1,040

- Comparación de medias de divulgación en relación a la internacionalización de las entidades

A la vista de la tabla siguiente, se distinguen, atendiendo al factor de internacionalización, las siguientes peculiaridades informativas:

En relación a las entidades internacionalizadas, su mayor preocupación por los agentes de su entorno externo se manifiesta principalmente a través de “actividades de apoyo a la comunidad local”, en el caso de la categoría comunidad, y del enfoque interno de la responsabilidad medioambiental (IDRe2 e IDRe3). Además, este tipo de EE.FF.D. muestran una especial sensibilidad por algunos contenidos relacionados con temas laborales; de este modo se detecta un mayor interés por los contenido “relaciones empresa / trabajador”, “formación y desarrollo profesional” y “diversidad e igualdad de oportunidades”.

En lo que se refiere a las entidades no internacionalizadas, los elementos de contenido con mayor divulgación son algo más variados. De este modo, además de los temas relativos a entidades internacionalizadas, estas entidades cuentan entre sus contenidos principales el “cumplimiento de la legislación, corrupción y competencia” así como “inversiones y gastos medioambientales y cumplimiento normativo”; siendo ambos contenidos relacionados con la actividad externa de las entidades.

Finalmente, si bien de modo agregado no hay diferencias significativas entre ambos grupos de entidades; a continuación se detectan las siguientes peculiaridades:

- Por una parte, a favor de las entidades internacionalizadas, se detecta que estas son más sensibles a la divulgación relativa a contenidos medioambientales dentro de la esfera de responsabilidad externa como es “medioambiente, productos y servicios” (0,367 puntos). En este ámbito destacan, los controles tanto previos a la concesión, así como en el seguimiento a las inversiones durante todo su periodo de amortización (“criterios medioambientales en la evaluación de clientes y socios”, y “control de riesgos medioambientales de

clientes” respectivamente); así como la financiación a compañías en proyectos con componente medioambiental (IDRe55, con especial referencia al cumplimiento de los “Principios de Ecuador”).

- Por otra parte, las entidades no internacionalizadas destacan en relación al cumplimiento estricto de la normativa reguladora del sector (“cumplimiento de la legislación, corrupción y competencia”), principalmente en relación al control de la corrupción interna (IDRs42) y el respeto por la libre competencia (IDRs44).

Tabla 75. Elementos por categoría de contenido en función de la presencia internacional.

	Inter	Dif. IDRg <sup>96</sup>	No Inter	Dif. IDRg <sup>97</sup>	Diferencia
IDRc1	0,896	(0,140)*	1,01	(0,029)	(0,114)
IDRc2	1,152	0,116	1,174	0,135	(0,023)
IDRc3	0,816	(0,220)**	0,965	(0,074)	(0,149)
IDRc4	1,008	(0,028)	0,899	(0,14)	0,109
IDRc5	0,735	(0,301)*	0,653	(0,386)*	0,082
IDRS1	0,9	(0,136)**	0,984	(0,055)	(0,084)
IDRS2	1,472	0,436*	1,406	0,367*	0,067
IDRS3	0,779	(0,257)***	0,946	(0,093)	(0,167)
IDRS4	0,939	(0,097)	1,318	0,279*	(0,378)**
IDRS5	1,028	(0,008)	1,075	0,036	(0,047)
IDRS6	0,706	(0,330)*	0,684	(0,355)*	0,022
IDRh1	1,187	0,151**	1,02	(0,019)	0,167
IDRh2	0,829	(0,207)**	0,977	(0,062)	(0,148)
IDRh3	1,38	0,344*	1,315	0,276*	0,065
IDRh4	0,937	(0,099)	0,788	(0,251)*	0,149
IDRh5	0,941	(0,095)	0,944	(0,095)	(0,004)
IDRh6	1,461	0,425*	1,486	0,447*	(0,025)
IDRh7	0,549	(0,487)*	0,381	(0,658)*	0,169
IDRe1	0,919	(0,117)	0,791	(0,248)*	0,129
IDRe2	1,646	0,610*	1,62	0,581*	0,025
IDRe3	1,186	0,150***	1,293	0,254*	(0,107)
IDRe4	1,115	0,079	1,176	0,137**	(0,06)
IDRe5	1,058	0,022	0,691	(0,348)*	0,367**

\*p<0,01; \*\*p<0,05; \*\*\*p<0,10.

Fuente: elaboración propia.

<sup>96</sup> IDRg = 1,036

<sup>97</sup> IDRg = 1,039

- Comparación de medias de divulgación en relación riesgo / morosidad de las entidades

En relación a los elementos de contenido según su nivel de morosidad, se confirma en la mayor parte de los casos la tendencia mostrada a nivel de categorías de contenido. La tabla siguiente muestra de manera diferenciada las tendencias según el grado de morosidad. A modo explicativo, los dos primeros bloques de datos (“EE.FF.D. morosidad inferior a la media” y EE.FF.D. morosidad superior a la media”) muestran qué elementos de contenido destacan sobre el conjunto en cada caso; finalmente, la última columna muestra las diferencias divulgativas para conjuntos de entidades independientes (morosidad inferior / superior a la media). En primer lugar, como se vio anteriormente, por tipo de entidad, el medioambiente es el tema divulgativo preferentemente divulgado, si bien esto sucede principalmente a causa de los elementos informativos “consumo y conservación de energía” en ambos casos; además de “emisiones, vertidos y residuos e impactos en los ecosistemas” en entidades con baja morosidad; finalmente en las entidades con alta morosidad, estas se decantan más a informar sobre “inversiones y gastos medioambientales y cumplimiento normativo”.

En segundo lugar, como resultado de comparar la calidad divulgativa para cada elemento de contenido entre ambos tipos de entidades, se muestra que las diferencias son prácticamente inexistentes; si bien, la única salvedad encontrada hace referencia al grado de inclusión de clientes (IDRc4) con una diferencia significativa a favor de aquellas entidades con mayor grado de morosidad (0,348 puntos más); destacando la política llevada a cabo en relación a los clientes insolventes (IDRc41), así como la inclusión financiera (IDRc42 e IDRc43). De este modo, como se indica en el libro verde de la responsabilidad social corporativa en el sector financiero (2008), la exclusión financiera está vinculada con el sobreendeudamiento; esto conduce en situaciones como la actual, a que clientes con problemas de liquidez incrementen el porcentaje de créditos impagados. Por tanto resulta llamativo que entidades con más problemas de impagos sean también aquellas que digan promover acciones a favor de esta inclusión.

Tabla 76. Elementos por categoría de contenido en función del grado de morosidad.

Morosidad					
	EE.FF.D. morosidad < media		EE.FF.D. morosidad > media		Diferencia
	Dif. IDRg <sup>98</sup>		Dif. IDRg <sup>99</sup>		
IDRc1	0,925	(0,086)	1,004	(0,064)	(0,079)
IDRc2	1,108	0,097	1,23	0,162	(0,122)
IDRc3	0,988	(0,023)	0,801	(0,267)*	0,187
IDRc4	0,785	(0,227)**	1,132	0,064	(0,348)**
IDRc5	0,694	(0,318)*	0,681	(0,387)*	0,013
IDRS1	0,956	(0,055)	0,94	(0,128)**	0,016
IDRS2	1,396	0,385*	1,478	0,410*	(0,082)
IDRS3	0,907	(0,104)	0,838	(0,231)**	0,07
IDRS4	1,042	0,03	1,293	0,225**	(0,251)
IDRS5	0,978	(0,034)	1,146	0,078	(0,168)
IDRS6	0,654	(0,358)*	0,74	(0,328)*	(0,087)
IDRh1	1,032	0,021	1,159	0,091	(0,127)
IDRh2	0,921	(0,09)	0,907	(0,161)**	0,015
IDRh3	1,308	0,296*	1,383	0,315*	(0,076)
IDRh4	0,85	(0,161)***	0,852	(0,216)**	(0,002)
IDRh5	0,939	(0,073)	0,948	(0,12)	(0,009)
IDRh6	1,464	0,453*	1,488	0,420*	(0,023)
IDRh7	0,348	(0,663)*	0,573	(0,495)*	(0,225)
IDRe1	0,84	(0,171)**	0,851	(0,217)*	(0,01)
IDRe2	1,601	0,590*	1,665	0,597*	(0,064)
IDRe3	1,321	0,310*	1,163	0,095	0,159
IDRe4	1,087	0,076	1,224	0,156*	(0,137)
IDRe5	0,902	(0,109)	0,781	(0,287)**	0,122

\*p<0,01; \*\*p<0,05; \*\*\*p<0,10.

Fuente: elaboración propia.

<sup>98</sup> IDRg = 1,011

<sup>99</sup> IDRg = 1,068

- Comparación de medias de divulgación en relación al gobierno corporativo de las entidades

### Dualidad

En relación a los elementos de contenido en función de la dualidad en la dirección de la entidad, se confirma en la mayor parte de los casos la tendencia mostrada a nivel de categorías de contenido. Para ello, en la tabla siguiente, se muestra de manera diferenciada las tendencias seguidas.

En primer lugar, las entidades que presentan una dirección dual encuentran enfocada su divulgación informativa hacia los agentes indirectos, concretamente la preocupación por la realización de “actividades de apoyo a la comunidad local”, en el ámbito social; así como “consumo y conservación de energía”, y “emisiones, vertidos y residuos e impactos en los ecosistemas”, como parte de la esfera interna de responsabilidad medioambiental, e “inversiones y gastos medioambientales”, como parte de la esfera de responsabilidad medioambiental externa. Como excepción, un importante elemento de contenido directo por el que destaca, es la “formación y desarrollo profesional”.

Por otra parte, las entidades con una dirección unificada en una sola persona tienen una serie de similitudes con las entidades duales; de este modo, cuentan entre sus prioridades divulgativas con los contenidos “actividades de apoyo a la comunidad local”, en el ámbito social; así como “consumo y conservación de energía”, y “emisiones, vertidos y residuos e impactos en los ecosistemas”, como parte de la esfera interna de responsabilidad medioambiental. Sin embargo las entidades no duales no destacan por su perfil externo de responsabilidad medioambiental.

Tras analizar los perfiles individuales de cada tipo de entidad, se procede a comparar las medias divulgativas para cada categoría concreta. Así, si bien a modo agregado no existen diferencias significativas entre entidades, aquellas con dirección dual cuentan con una diferencia a su favor en relación a: por un lado, “contribución a la economía nacional” (0,291 puntos), concretamente se hace referencia a la aportación al Pib (0,763 puntos); y por otra parte “salud y seguridad de los empleados” (0,162 puntos), y



especialmente referido a la representación de trabajadores en los comités de seguridad y salud (0,545 puntos) reflejo de una mayor respuesta informativa fruto de una mayor pluralidad.

Tabla 77. Elementos por categoría de contenido en función de la dualidad en la dirección de la empresa.

Dualidad					
	EE.FF.D. Duales		EE.FF.D. No duales		Diferencia
	Dif. IDRg <sup>100</sup>		Dif. IDRg <sup>101</sup>		
IDRc1	1,002	(0,06)	0,922	(0,092)***	0,08
IDRc2	1,121	0,059	1,208	0,195***	(0,088)
IDRc3	0,991	(0,07)	0,812	(0,202)*	0,18
IDRc4	1,023	(0,038)	0,867	(0,147)	0,156
IDRc5	0,689	(0,372)*	0,686	(0,328)*	0,003
IDRS1	0,995	(0,067)	0,903	(0,111)***	0,092
IDRS2	1,447	0,385*	1,421	0,407*	0,026
IDRS3	1,021	(0,041)	0,73	(0,284)*	0,291**
IDRS4	1,217	0,155	1,099	0,085	0,118
IDRS5	1,127	0,065	0,984	(0,03)	0,143
IDRS6	0,617	(0,445)*	0,771	(0,243)**	(0,154)
IDRh1	1,154	0,092	1,027	0,013	0,127
IDRh2	0,996	(0,066)	0,833	(0,180)*	0,162***
IDRh3	1,399	0,337**	1,286	0,273*	0,112
IDRh4	0,859	(0,203)***	0,843	(0,171)*	0,016
IDRh5	0,924	(0,137)***	0,962	(0,052)	(0,037)
IDRh6	1,485	0,423*	1,465	0,452*	0,019
IDRh7	0,535	(0,526)*	0,369	(0,645)*	0,167
IDRe1	0,838	(0,224)**	0,853	(0,161)**	(0,015)
IDRe2	1,608	0,546*	1,654	0,640*	(0,046)
IDRe3	1,251	0,190**	1,245	0,231**	0,006
IDRe4	1,226	0,164*	1,074	0,061	0,151
IDRe5	0,736	(0,326)*	0,956	(0,057)	(0,221)

\*p<0,01; \*\*p<0,05; \*\*\*p<0,10.

Fuente: elaboración propia.

<sup>100</sup> IDRg = 1,062

<sup>101</sup> IDRg = 1,014

### Paridad

En relación a la paridad en el consejo de administración, y siguiendo la estructura de anteriores apartados, se observan las principales pautas en los informes sociales:

Por tipo de entidad, aquellas con un nivel inferior a la media cuentan por lo general con unas memorias de responsabilidad muy homogéneas. De esta forma, solo el 30% de los elementos de contenido informativo presentan alguna diferencia significativa frente al valor general medio. De manera particular cuatro elementos destacan sobre la media: de un lado se encuentran las “actividades de apoyo a la comunidad local” y “consumo y conservación de recursos y energía” como parte de la responsabilidad indirecta e interna de la empresa; y por otra parte se encuentran contenidos relacionados con sus empleados como “formación y desarrollo profesional” y “diversidad e igualdad de oportunidades”.

Por otra parte, las entidades con un nivel superior, presentan una variabilidad con respecto al nivel de transparencia general muy elevado; de este modo el 87% de los elementos informativos cuenta con una diferencia significativa, y concretamente siete (30%) de ellos destacan sobre la media como más destacados en las memorias de responsabilidad. Así, como se vio previamente, estas entidades destacan por atender a sus agentes indirectos; de tal forma, se encuentran los siguientes contenidos:

- “Actividades de apoyo a la comunidad local” y “consumo y conservación de recursos y energía”, “emisiones, vertidos y residuos e impactos en los ecosistemas” como parte de la responsabilidad indirecta e interna de las entidades, y por otro lado destaca “inversiones y gastos medioambientales y cumplimiento normativo” dando cobertura a la parte externa de la responsabilidad.
- Elementos de responsabilidad directa: “satisfacción del cliente y calidad del servicio prestado”, “formación y desarrollo profesional” y “diversidad e igualdad de oportunidades”.

Finalmente, comparando ambos tipos de entidades, se observa que en solo cinco elementos informativos se concentra la mayor parte de las diferencias informativas. De este modo, todas estas se producen a favor de las entidades que se han preocupado por incorporar a un mayor número de mujeres en los consejos de administración; la mayor parte de las diferencias pertenecen concretamente a contenidos indirectos (comunidad y medioambiente), en este sentido se encuentran las siguientes áreas:

- “actividades de apoyo a la comunidad local”, con especial atención sobre actividades de filantropía corporativa en relación a proyectos locales (IDRs22).
- En lo referente al medioambiente, por una parte se encuentran actividades como “emisiones, vertidos y residuos e impactos en el ecosistema” las cuales se ubican dentro de la esfera de responsabilidad interna y de manera especial destaca la transparencia en cuanto a el conjunto de emisiones derivadas por el transporte vinculado a al actividad de las entidades (IDRe33). Por otra parte, en el ámbito de la responsabilidad externa destacan “inversiones y gastos medioambientales y cumplimiento normativo” mediante la participación, como inversores, en el capital de compañías con proyectos de componente medioambiental (IDRe41), así como en la exigencia del cumplimiento de requerimientos medioambientales a lo largo de la cadena de suministro (IDRe45).

Por otra parte, se encuentra que, en relación a la esfera interna de responsabilidad social con sus clientes, las entidades más paritarias se preocupan de manera más intensa por la “satisfacción del cliente y calidad del servicio prestado”, con especial relevancia en cuanto a la implementación de prácticas de mejora de la satisfacción ofrecida por el servicio (0,705 puntos), así como la preocupación por la realización de estudios a tal efecto (0,443 puntos).

Capítulo 4: Análisis de resultados

Tabla 78. Elementos por categoría de contenido en función del grado de paridad.

	Paridad < media		Paridad > media		Diferencia
	Dif. IDRg <sup>102</sup>		Dif. IDRg <sup>103</sup>		
IDRc1	0,908	(0,038)	0,986	(0,093)**	(0,078)
IDRc2	0,993	0,048	1,241	0,162**	(0,248)***
IDRc3	0,792	(0,154)	0,951	(0,128)***	(0,159)
IDRc4	0,971	0,026	0,933	(0,145)***	0,038
IDRc5	0,625	(0,320)*	0,715	(0,363)*	(0,09)
IDRS1	0,86	(0,085)	0,988	(0,091)**	(0,128)
IDRS2	1,201	0,256**	1,537	0,459*	(0,336)*
IDRS3	0,794	(0,151)	0,911	(0,167)***	(0,117)
IDRS4	1,042	0,097	1,209	0,131	(0,168)
IDRS5	0,76	(0,185)	1,186	0,108	(0,426)**
IDRS6	0,644	(0,301)***	0,716	(0,363)*	(0,072)
IDRh1	1,03	0,084	1,117	0,039	(0,088)
IDRh2	0,863	(0,082)	0,937	(0,141)**	(0,074)
IDRh3	1,318	0,373**	1,353	0,275*	(0,036)
IDRh4	0,905	(0,041)	0,827	(0,251)*	0,077
IDRh5	0,99	0,045	0,922	(0,156)**	0,068
IDRh6	1,46	0,515*	1,482	0,403*	(0,021)
IDRh7	0,419	(0,526)*	0,466	(0,612)*	(0,047)
IDRe1	0,811	(0,134)	0,86	(0,218)*	(0,05)
IDRe2	1,5	0,555*	1,689	0,610*	(0,189)
IDRe3	1,052	0,107	1,335	0,257*	(0,283)**
IDRe4	0,971	0,026	1,23	0,151**	(0,259)**
IDRe5	0,704	(0,241)	0,909	(0,169)**	(0,205)++

\*p<0,01; \*\*p<0,05; \*\*\*p<0,10.

Fuente: elaboración propia.

<sup>102</sup> IDRg = 0,945

<sup>103</sup> IDRg = 1,079

- Comparación de medias de divulgación en relación a otras características de las entidades

#### Departamento RSC

De manera general, se observó que las entidades con presencia de un departamento de RSC específico para la gestión de las políticas sociales, cuentan con una sensibilidad mayor a la media. Esto hace que se las distinga de aquellas otras entidades sin la presencia de este departamento, principalmente en relación a los contenidos comunidad y medioambiente. De forma más precisa, en la tabla siguiente se observa cómo, las diferencias son positivas en la mayoría de los casos (19 de 23 elementos de contenido), a favor de las entidades con departamento RSC; si bien las diferencias más significativas se concentran sobre todo en los siguientes contenidos:

- El interés por la comunidad (“políticas, declaraciones y sistemas de gestión social” y “actividad social a través de la actividad intermediadora”), pone de manifiesto, que la mayor divulgación de las entidades con departamento dedicado a la RSC, se enfatiza en la información sobre comunidad, más que en la de tipo medioambiental. De este modo la existencia de un departamento que coordine las actividades sociales, garantiza una definición más exhaustiva de la política social (IDRs11), así como mejora el ámbito externo de responsabilidad con la comunidad (criterios sociales en la evaluación de clientes y socios, así como el diseño de productos que proporcionan un beneficio social).
- Por otra parte, la mayor calidad divulgativa de las temáticas “otra información” (IDRc5 e IDRh7) ponen de manifiesto que un departamento RSC, puede ser fuente de innovación en materia de sostenibilidad, mediante la introducción de nuevas medidas, con el fin de adaptarse a las nuevas realidades surgidas de y demandadas por su entorno.
- Finalmente, a pesar de que no parece haber diferencias generalizadas en relación al tratamiento de la información sobre empleados, un departamento

## Capítulo 4: Análisis de resultados

encargado de las labores de RSC parece influir positivamente en todas las áreas relacionadas con el respeto a la “diversidad y la igualdad de oportunidades” (IDRh6). Este fenómeno se encuentra generalizado, encontrándose que en todos los ítems de contenido la calidad informativa es en todo caso superior al valor 1.

Tabla 79. Elementos por categoría de contenido en función de la existencia de un departamento dedicado a las cuestiones de RSC.

	Departamento RSC		No departamento RSC		Diferencia
		Dif. IDRg <sup>104</sup>		Dif. IDRg <sup>105</sup>	
IDRc1	1,000	(0,082)***	0,923	(0,070)	0,077
IDRc2	1,178	0,096	1,151	0,158	0,028
IDRc3	0,974	(0,108)	0,829	(0,164)	0,145
IDRc4	0,894	(0,189)	0,996	0,003	(0,103)
IDRc5	0,776	(0,307)*	0,599	(0,393)*	0,176***
IDRS1	1,023	(0,059)	0,874	(0,118)***	0,149**
IDRS2	1,450	0,368*	1,418	0,425*	0,032
IDRS3	0,912	(0,171)	0,839	(0,154)	0,073
IDRS4	1,165	0,083	1,150	0,157	0,015
IDRS5	1,119	0,036	0,992	(0,001)	0,127
IDRS6	0,881	(0,201)**	0,506	(0,486)*	0,374*
IDRh1	1,112	0,030	1,068	0,076	0,044
IDRh2	0,950	(0,132)***	0,879	(0,114)***	0,071
IDRh3	1,363	0,281**	1,322	0,329*	0,042
IDRh4	0,837	(0,246)*	0,865	(0,127)	(0,029)
IDRh5	0,931	(0,152)	0,955	(0,038)	(0,025)
IDRh6	1,578	0,496*	1,372	0,379*	0,206***
IDRh7	0,497	(0,585)*	0,407	(0,586)*	0,090
IDRe1	0,938	(0,144)	0,752	(0,241)*	0,186
IDRe2	1,621	0,538*	1,641	0,648*	(0,021)
IDRe3	1,306	0,224*	1,190	0,197*	0,117
IDRe4	1,208	0,126**	1,092	0,100***	0,115
IDRe5	0,946	(0,136)	0,746	(0,247)**	0,200

\*p<0,01; \*\*p<0,05; \*\*\*p<0,10.

Fuente: elaboración propia.

<sup>104</sup> IDRg = 1,082

<sup>105</sup> IDRg = 0,993

### Ayuda estatal

A continuación, a través de la tabla siguiente, se confirma que aunque la entidades receptoras de ayudas estatales son más transparentes de forma global (a excepción de la temática “empleados”), estas cuentan con algunas particularidades:

- Por un lado, la mayor parte de las diferencias más significativas se encuentran en relación al contenido sobre comunidad, donde a excepción de IDRs3 e IDRs5, las entidades con ayuda estatal son más sensibles. Así, en relación a las “actividades de apoyo a la comunidad local” destacan de entre todas ellas las de carácter benéfico y de filantropía corporativa (IDRs22), que además es el ítem con mayor calidad informativa en relación a la comunidad (1,854 puntos).
- Por otro lado, en relación a los clientes, las entidades que han recibido ayuda destacan por fomentar el consumo responsable entre sus clientes (“consumo ético”, IDRc1); de este modo las diferencias son positivas en todos los ítems analizados, y principalmente destacan el suministro de información sobre incumplimientos en la información sobre productos (IDRc17) y la adhesión a estándares relativos a comunicaciones comerciales (IDRc13).
- Finalmente, en medioambiente, estas entidades destacan por su enfoque de responsabilidad externo, sobre todo en relación a “inversiones y gastos medioambientales y cumplimiento normativo” (IDRe4).

Tabla 80. Elementos por categoría de contenido en función de la necesidad de financiación con fondos públicos.

	Ayuda estatal		No ayuda estatal		Diferencia
	Dif. IDRg <sup>106</sup>		Dif. IDRg <sup>107</sup>		
IDRc1	1,072	(0,028)	0,867	(0,117)**	0,205**
IDRc2	1,258	0,158	1,084	0,100	0,174
IDRc3	0,877	(0,223)**	0,923	(0,061)	(0,045)
IDRc4	0,970	(0,130)	0,924	(0,060)	0,046
IDRc5	0,733	(0,367)*	0,649	(0,335)*	0,084
IDRS1	1,028	(0,072)	0,881	(0,103)**	0,147***
IDRS2	1,568	0,469*	1,318	0,334*	0,250**
IDRS3	0,879	(0,221)***	0,871	(0,113)	0,008
IDRS4	1,331	0,231*	1,010	0,026	0,321**
IDRS5	1,167	0,067	0,960	(0,024)	0,207
IDRS6	0,840	(0,260)**	0,568	(0,416)*	0,272***
IDRh1	1,103	0,003	1,079	0,095	0,024
IDRh2	0,948	(0,152)**	0,886	(0,098)	0,063
IDRh3	1,272	0,172	1,403	0,419*	(0,131)
IDRh4	0,803	(0,297)*	0,892	(0,092)	(0,089)
IDRh5	0,955	(0,145)	0,933	(0,052)	0,022
IDRh6	1,513	0,413*	1,443	0,459*	0,070
IDRh7	0,542	(0,558)*	0,375	(0,609)*	0,167
IDRe1	0,931	(0,169)**	0,772	(0,212)**	0,159
IDRe2	1,694	0,595*	1,576	0,592*	0,118
IDRe3	1,263	0,163***	1,236	0,252*	0,027
IDRe4	1,294	0,195*	1,026	0,042	0,268*
IDRe5	0,864	(0,236)**	0,831	(0,153)	0,033

\*p<0,01; \*\*p<0,05; \*\*\*p<0,10.

Fuente: elaboración propia.

#### Empresa auditora

A pesar de que en un primer momento se ha visto que las entidades con una empresa auditora mayor no interfieren en la política RSC de las entidades a nivel agregado, se

<sup>106</sup> IDRg = 1,100

<sup>107</sup> IDRg = 0,984



observa una serie de diferencias entrando en más detalle. Así en la tabla siguiente se observa una serie de resultados dispares:

Por una parte, las diferencias favorables a las entidades auditadas por grandes compañías se centran en la realización de acciones sociales a través de la actividad intermediadora (IDRs6). En este sentido, todos los ítems presentan diferencias positivas a favor de este tipo de entidades, pero de manera particular destacan “medidas de financiación del terrorismo y la industria armamentística” (0,486 puntos).

Por otra parte, las diferencias, que son favorables para las entidades auditadas por otras compañías, son más numerosas. De esta forma el número de elementos de contenido sobre los que estas entidades destacan son:

- En lo que respecta a la comunidad, se destaca la “contribución a la economía nacional” y “cumplimiento de la legislación, corrupción y competencia”. Así, en relación a la primera (contribución a la economía nacional), destacan de manera especial el apoyo a las finanzas gubernamentales (IDRs31) y el apoyo al tejido empresarial, mediante la participación en el capital de las entidades (IDRs34).
- Acerca de los empleados, se encuentra un mayor grado de transparencia en relación a la “salud y seguridad” de los mismos. De este modo las pequeñas auditoras, hacen más hincapié en informar sobre la representación de trabajadores en los comités de seguridad y salud (IDRh29), accidentalidad (IDRh24), así como sobre los premios recibidos en materia de salud y seguridad (IDRh23).

Tabla 81. Elementos por categoría de contenido en función de la empresas encargada de verificar las memorias RSC.

	Gran auditora		Otras auditoras		Diferencia
	Dif. IDRg <sup>108</sup>		Dif. IDRg <sup>109</sup>		
IDRc1	0,957	(0,098)**	0,967	(0,050)	(0,010)
IDRc2	1,261	0,206*	1,052	0,035	0,209
IDRc3	0,861	(0,194)**	0,949	(0,068)	(0,088)
IDRc4	0,970	(0,085)	0,915	(0,102)	0,055
IDRc5	0,753	(0,302)*	0,611	(0,406)*	0,142
IDRS1	0,935	(0,120)**	0,965	(0,052)	(0,031)
IDRS2	1,449	0,395*	1,416	0,398*	0,034
IDRS3	0,751	(0,304)*	1,019	0,002	(0,268)***
IDRS4	1,027	(0,027)	1,310	0,292*	(0,282)***
IDRS5	0,964	(0,090)	1,162	0,144	(0,197)
IDRS6	0,816	(0,239)**	0,551	(0,466)*	0,264***
IDRh1	1,152	0,097	1,019	0,001	0,133
IDRh2	0,829	(0,226)*	1,015	(0,003)	(0,186)**
IDRh3	1,414	0,359*	1,259	0,242**	0,154
IDRh4	0,914	(0,141)**	0,778	(0,240)**	0,136
IDRh5	0,932	(0,123)	0,956	(0,061)	(0,025)
IDRh6	1,504	0,449*	1,442	0,424*	0,062
IDRh7	0,513	(0,541)*	0,380	(0,637)*	0,133
IDRe1	0,900	(0,155)**	0,781	(0,236)**	0,119
IDRe2	1,689	0,635*	1,563	0,545*	0,127
IDRe3	1,267	0,212*	1,226	0,209*	0,040
IDRe4	1,164	0,110**	1,133	0,116	0,031
IDRe5	0,950	(0,105)	0,725	(0,292)**	0,225

\*p<0,01; \*\*p<0,05; \*\*\*p<0,10.

Fuente: elaboración propia.

Para finalizar este apartado, se van a resumir en la tabla siguiente los resultados alcanzados en relación a las principales elementos de contenido informativo sobre los que informan las entidades atendiendo a sus características concretas.

<sup>108</sup> IDRg = 1,055

<sup>109</sup> IDRg = 1,017

Tabla 82. Resumen diferencias divulgativas a nivel de elementos de categorías de contenido.

Criterio de clasificación	Diferencias entre grupos
Naturaleza jurídica	<p><u>Bancos:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Medioambiente, productos y servicios</li> </ul> <p><u>CC.AA. y CC.CC.:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Inclusión de clientes</li> <li>- Políticas, declaraciones y sistemas de gestión social</li> <li>- Cumplimiento de la legislación, corrupción y competencia</li> <li>- Salud y seguridad en el trabajo</li> </ul>
Tamaño	<p><u>Grandes</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Medioambiente, productos y servicios</li> </ul> <p><u>Medianas y pequeñas</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Cumplimiento de la legislación, corrupción y competencia</li> <li>- Salud y seguridad (empleados)</li> <li>- Inversiones y gastos medioambientales y cumplimiento normativo</li> </ul>
Internacionalización	<p><u>Internacionalizadas</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Medioambiente, productos y servicios</li> </ul> <p><u>No internacionalizadas</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Cumplimiento de la legislación, corrupción y competencia</li> </ul>
Riesgo	<p><u>&gt;Riesgo:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Inclusión de clientes</li> </ul>
Estructura de gobierno corporativo	
- Dualidad	<p><u>Dirección dual</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Contribución a la economía nacional</li> <li>- Salud y seguridad (empleados)</li> </ul>
- Paridad	<p><u>&gt; Paridad:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Satisfacción del cliente y calidad del servicio prestado</li> <li>- Actividades de apoyo a la comunidad local</li> <li>- Política pública</li> <li>- Emisiones, vertidos y residuos e impactos en los ecosistemas</li> <li>- Inversiones y gastos medioambientales y cumplimiento normativo</li> </ul>

## Capítulo 4: Análisis de resultados

Otras variables	
- Departamento RSC	<u>Departamento RSC</u> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Otra información (clientes)</li> <li>- Políticas, declaraciones y sistemas de gestión social</li> <li>- Actividades sociales a través de la actividad intermediadora</li> <li>- Diversidad e igualdad de oportunidades</li> </ul>
- Ayuda estatal	<u>Ayuda estatal</u> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Consumo ético</li> <li>- Políticas, declaraciones y sistemas de gestión social</li> <li>- Actividades de apoyo a la comunidad local</li> <li>- Cumplimiento de la legislación, corrupción y competencia</li> <li>- Actividad social a través de la actividad intermediadora</li> <li>- Inversiones y gastos medioambientales y cumplimiento normativo</li> </ul>
- Empresa auditora	<u>Gran auditora:</u> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Actividad social a través de la actividad intermediadora</li> </ul> <u>Otras auditoras:</u> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Contribución a la economía nacional</li> <li>- Cumplimiento de la legislación, corrupción y competencia</li> <li>- Salud y seguridad (empleados)</li> </ul>

En relación a los resultados observados previamente a nivel de elementos de categorías de contenido se pueden contestar los diferentes interrogantes que plantea la hipótesis 1, 2, 3 y 4.

Para profundizar en la resolución de las hipótesis 1, 2 y 3, la tabla 83 ofrece una relación de diferencias de medias que trata de examinar si en algún caso algún elemento o tema informativo recibe una atención preferente; de este modo se tienen los siguientes resultados:

- Hipótesis 1: se puede afirmar que solo en los casos de formación y desarrollo profesional (IDRh3) y diversidad e igualdad de oportunidades (IDRh6) la atención sobre empleados es superior a los temas referentes a grupos indirectos (comunidad y medioambiente), confirmándose, en estos casos, que una relación

más estrecha con la entidad (Ruiz *et al.*, 2009) favorece una mayor atención divulgativa.

- Hipótesis 2: sin embargo, no se puede hacer la misma afirmación sobre el conjunto de clientes; en este caso, todos los elementos informativos sobre clientes reciben una atención inferior, o como mucho similar (en el caso de “satisfacción del cliente y calidad del servicio prestado”) al ámbito de responsabilidad indirecta.
  
- Hipótesis 3: la aceptación del hecho de que los contenidos medioambientales reciben una atención preferencial se expresa principalmente con respecto a los impactos internos de la actividad (IDRe2 e IDRe3) así como de los externos (concretamente IDRe4). Sin embargo, se aprecia que en el caso de la atención a los asuntos de la comunidad local (IDRs2) se rechaza dicha afirmación, ya que se confirma, como indican Clarke y Gibson-Sweet (1999) y Castelo y Lima (2006) el elevado grado de visibilidad social al que se enfrentan las EE.FF.D. hace preciso cumplir con las exigencias informativas de su entorno social más cercano.

Tabla 83. Relación de cada elemento de contenido divulgativo con respecto a los índices de contenido.

Elementos categoría "Clientes"		IDRc	Diferencia	IDRs	Diferencia	IDRh	Diferencia	IDRe	Diferencia			
Consumo ético	0,962	0,956	0,005	1,043	(0,081)**	1,028	(0,066)	1,133	(0,171)*			
Satisfacción del cliente y calidad del servicio	1,165		0,208*		0,122		0,137**		0,032			
Seguridad de los clientes y confidencialidad	0,902		(0,054)		(0,141)**		(0,126)**		(0,231)*			
Inclusión clientes	0,945		(0,011)		(0,098)		(0,083)		(0,188)**			
Otra información	0,688		(0,269)*		(0,355)*		(0,340)*		(0,445)*			
<b>Elementos categoría "Sociedad"</b>												
Políticas, declaraciones y sistemas de gestión	0,949		(0,007)*		(0,094)**		(0,079)**		(0,184)*			
Actividades de apoyo a la comunidad local	1,434		0,478		0,391*		0,406*		0,301*			
Contribución a la economía nacional	0,875		(0,081)**		(0,168)**		(0,153)**		(0,258)*			
Cumplimiento de la legislación, corrupción y competencia	1,158		0,202		0,115***		0,130***		0,025			
Política pública	1,055	0,099*	0,012	0,028	(0,077)							
Actividad social a través de la actividad intermediadora	0,694	(0,263)**	(0,349)*	(0,334)*	(0,439)*							
<b>Elementos categoría "Empleados"</b>												
Relaciones empresa / trabajador	1,090	0,134**	0,047	0,063	(0,042)							
Salud y seguridad	0,915	(0,042)	(0,128)*	(0,113)**	(0,218)*							
Formación y desarrollo profesional	1,342	0,386*	0,299*	0,315*	0,210*							
Retribución y condiciones de trabajo	0,851	(0,105)**	(0,192)*	(0,177)*	(0,282)*							
Condiciones de contratación y despido	0,943	(0,013)	(0,100)	(0,085)	(0,190)**							
Diversidad e igualdad de oportunidades	1,475	0,519*	0,432*	0,447*	0,343*							
Otra información	0,452	(0,504)*	(0,591)*	(0,576)*	(0,681)*							
<b>Elementos categoría "Medioambiente"</b>												
Políticas, declaraciones y sistemas de gestión ambiental	0,845	(0,111)**	(0,020)	(0,182)**	(0,287)*							
Consumo y conservación de recursos y energía	1,631	0,675*	0,588*	0,603*	(0,498)*							
Emisiones, vertidos y residuos e impactos en los ecosistemas	1,248	0,292*	0,205*	0,221*	0,116**							
Inversiones y gastos medioambientales y cumplimiento normativo	1,150	0,194*	0,107**	0,122**	0,017							
Medioambiente, productos y servicios	0,846	(0,110)	(0,197)**	(0,181)**	(0,286)*							

\*p<0,01; \*\*p<0,05; \*\*\*p<0,10.

Fuente: elaboración propia.

- La hipótesis 4, la cual afirma que los contenidos sobre impactos directos reciben un mejor trato informativo que los referentes a impactos indirectos, es aceptada. Esta tendencia divulgativa se repite entre los contenidos tanto sociales (IDRs) como medioambientales (IDRe). De este modo se ponen de manifiesto las

carencias de las que adolece el sector, ya que este no otorga la suficiente importancia a cuestiones relacionadas con el impacto más allá de los temas puramente económicos en su actividad intermediadora de crédito, inversión y en general, como gestora de riesgos.

### 3. EVOLUCIÓN TEMPORAL DE LA RSC

El presente apartado del análisis descriptivo muestra un análisis dinámico a lo largo del tiempo del fenómeno divulgativo con el fin de alcanzar una visión completa de los cambios acontecidos durante el período que abarca el estudio, caracterizado principalmente por un entorno económico desfavorable. Con esta finalidad se van a observar los comportamientos de los contenidos informativos por un lado, de manera general en el sector así como de forma comparativa atendiendo a las diferentes características de las entidades.

Por otro lado se va a tener en consideración, no solo el análisis de los índices de contenido, sino que además se van a examinar los distintos componentes informativos de cada indicador, revelando cuál ha sido la influencia, así como el sentido de la misma, sobre cada indicador. De este modo, se pretende observar cómo han evolucionado estos elementos informativos en relación a la tendencia general y con el comportamiento de la categoría de información de pertenencia cada uno de ellos.

Finalmente, como resultado de todo lo anterior, se van a resolver las hipótesis 5 y 6.

Tabla 84. Resumen del análisis de la evolución de la DRSC.

Tipo de Análisis	Agregado	Por características de entidades
Categorías de contenido	Evolución de categorías de contenido agregado	Evolución de categorías de contenido en función de características de entidades
Elementos categorías de contenido	Evolución de componentes de categorías agregado	Evolución de componentes de categorías agregado en función de características de entidades
Items de contenido		

Fuente: elaboración propia.

Así, el apartado sigue de la siguiente forma: en primer término se determina la normalidad de las variables de estudio, y posteriormente se pasa a analizar la evolución de los indicadores.

Como se ha indicado, en primer lugar será necesario realizar la prueba de Kolmogorov-Smirnov para comprobar el ajuste a una distribución normal de las variables. Como se puede observar todas ellas alcanzan unos niveles de significación que permiten confirmar la existencia de una distribución normal de las variables.

Tabla 85. Prueba de normalidad de Kolmogorov-Smirnov.

	IDR Clientes Variación 07-10	IDR Comunidad Variación 07-10	IDR Empleados Variación 07-10	IDR Medioambiente Variación 07-10	IDR General Variación 07-10
N	23	23	23	23	23
Z de Kolmogorov-Smirnov	0,679	0,489	0,759	0,453	0,617
Sig. asintót. (bilateral)	0,746	0,971	0,612	0,986	0,840

Fuente: elaboración propia.



### 3.1. Evolución de los índices de divulgación por categorías

Las tablas siguientes tratan de mostrar y examinar cómo ha evolucionado el comportamiento divulgativo en el ámbito temporal. Con esta finalidad utiliza el método de comparación de medias para estimar si las diferencias observadas son lo suficientemente significativas como para afirmar la existencia cambios en los comportamientos divulgativos a lo largo del tiempo, o por el contrario afirmar que estos se mantienen estables; se toman como referencia comparativa los años 2007 y 2010, al ser estos los años de inicio y final del estudio<sup>110</sup>.

En la comparativa general del sector se emplea la prueba t tanto para una muestra como para muestras relacionadas, mientras que la comparativa a nivel de naturaleza jurídica y tamaño se emplea la misma prueba pero para muestras independientes. La finalidad de todo ello con el fin de evaluar si un indicador ha variado de manera significativa o no atendiendo al tipo de entidad.

A modo agregado, de la comparación del comportamiento a lo largo del período analizado en relación a los principales contenidos divulgativos, se aprecia de forma global una ligera disminución media del IDR general. Así, el valor de este índice se encuentra en torno a lo que se ha considerado en la teoría como el valor mínimo exigible a una compañía para que el conjunto de la información divulgada sea considerada al menos del tipo cualitativo.

Mientras que el comportamiento divulgativo en relación a la comunidad, empleados y medioambiente, se mantienen estables, presentado todos ellos una pequeña reducción en cuanto a su calidad, se observa que existe un claro retroceso en cuanto a lo que

---

<sup>110</sup> A modo de facilitar la comparación interanual se ha excluido de la misma aquellas entidades que solo emiten información en un ejercicio económico (Caixa Galicia, Cajamar y Multicaja). En otros casos se han tomado como años de referencia otros distintos a 2007 y 2010 por carecer de memoria en estos años es el caso de (Bankinter, CAM, Caixa Terrassa, Caja España, Caja Rural de Granada y Unicaja).

refiere a la calidad informativa referida a clientes (-13,49%) comparado con su misma calidad hace cuatro años y con la tendencia del IDRg.

Tabla 86. Diferencias divulgativas a nivel de categoría de contenido e Índice general.

			Diferencia		Diferencia con IDRg
	IDR Clientes	inicial	1,038	(0,140)**	(13,49%)
	final	0,898			
IDR Comunidad	inicial	1,02	(0,007)	(0,69%)	0,04
	final	1,013			
IDR Empleados	inicial	0,993	(0,029)	(2,92%)	0,018
	final	0,964			
IDR Medioambiente	inicial	1,134	(0,013)	(1,23%)	0,034
	final	1,12			
IDR General	inicial	1,046	(0,047)	(4,49%)	-
	final	0,999			

\*p<0,01; \*\*p<0,05; \*\*\*p<0,10.

Fuente: elaboración propia.

#### - Clientes

Como se analizó en la sección anterior, el contenido informativo sobre empleados ha sido el que ha experimentado una mayor reducción en los últimos años, convirtiéndose en este tiempo en la categoría de información sobre la que se presta menos atención de manera general. A pesar de esta tendencia se pueden identificar ciertas tendencias diferenciadas:

1. Los contenidos relacionados con la satisfacción del cliente y calidad del servicio prestado, inclusión de clientes y otra información han seguido la tendencia media de reducción. En el primer caso a pesar de mejorarse la cobertura sobre la medición de la calidad del servicio, empeora considerablemente el contenido sobre cuáles son los canales de comunicación que se emplean con sus clientes. En el caso de la preocupación por reducir la exclusión de las personas, mientras pierden importancia temas como la accesibilidad a canales no presenciales y la inclusión financiera de colectivos sensibles (p. ej. inmigrantes, personas con discapacidad o tercera edad),

ganan relevancia dos temas principalmente, la política hacia clientes insolventes (un tercio de las entidades informa sobre impago de hipotecas, falta de liquidez o pago de facturas básicas) y la alfabetización financiera, algo más de la mitad de las entidades (52,38% informa sobre este asunto). Estos dos contenidos informativos se pueden explicar como respuesta de las entidades a los efectos adversos de la crisis económica tanto a posteriori como a priori para evitar que se vuelva a incurrir en los mismos errores en el futuro.

2. Se observa un mantenimiento de la importancia por la seguridad de los clientes y la confidencialidad de las transacciones, aunque este aspecto es descuidado por parte de las grandes entidades.
3. La atención hacia temas relacionados con el consumo ético pierden importancia relativa frente al resto, sobre todo en las EE.FF.D. de mayor tamaño. Las entidades dedican menos atención a la consideración de criterios de sostenibilidad cuando diseñan sus productos y servicios; informan menos sobre las multas relacionadas con el incumplimiento de la normativa en el uso y suministro de productos; así como en relación con la publicidad y promoción de estos. Destaca que a pesar de ser menos transparentes en torno a la información sobre incumplimientos relacionados con el marketing de sus productos, se produce un incremento de entidades que aportan información sobre su adhesión a códigos éticos relacionados con las comunicaciones comerciales.

Tabla 87. Evolución diferencias divulgativas a nivel de elementos de categorías de contenido por clientes.

		Período	Media	Diferencia	Diferencia IDRC	Diferencia IDRG
IDRC	(IDRC1) Consumo ético	inicial	1,071	(0,245)**	***	**
		final	0,826			
	(IDRC2) Satisfacción del cliente y calidad del servicio prestado	inicial	1,283	(0,138)**		**
		final	1,145			
	(IDRC3) Seguridad de los clientes y confidencialidad	inicial	1,014	0,043	***	
		final	1,058			
	(IDRC4) Inclusión de clientes	inicial	0,896	(0,113)		
		final	0,783			
	(IDRC5) Otra información	inicial	0,804	(0,109)		
		final	0,696			
IDR	IDR Clientes	inicial	1,038	(0,141)**		
		final	0,898			
	IDR General	inicial	1,046	(0,047)		
		final	0,999			

\*p<0,01; \*\*p<0,05; \*\*\*p<0,10.

Fuente: elaboración propia.

- Sociedad

El conjunto de contenidos informativos relacionados con los grupos de intereses de la comunidad siguen un patrón de estabilidad en estos años, si bien mejora su posición relativa como parte de la responsabilidad social del entorno en contacto indirecto con la actividad de la entidad. A su vez, se pueden identificar tendencias en la DRSC dentro de este indicador.

La información referente a políticas y declaraciones generales de la entidad en relación a estos contenidos, las medidas relacionadas con la economía nacional y las políticas públicas se mantienen en el mismo nivel que la media del índice. Sin embargo atendiendo a su naturaleza jurídica, los bancos presentan diferencias con respecto a aquellas de naturaleza social aumentando de manera significativa la información referente a sus políticas generales en relación a políticas y declaraciones generales; seguidas de la información sobre contribución a la economía nacional y política pública.

Por ítems, como nota diferenciadora se observa la importante disminución de los contenidos sobre la financiación a partidos políticos.

Los elementos de esta categoría de contenido como las actividades relacionadas con la comunidad local y corrupción y competencia descienden notablemente. A pesar de esta reducción las actividades relacionadas con el entorno social más cercano donde la entidad desarrolla su actividad siguen siendo las que cuentan con un mayor nivel divulgativo, prueba de la importancia que las entidades conceden a su entorno más próximo. A nivel de ítems de contenido estas reducciones se deben a una menor atención a la aportación de la empresa a la comunidad en forma de empleo y salarios, seguida del apoyo explícito a proyectos de pymes y emprendedores.

En relación a temas relacionados con la corrupción y la competencia, la disminución más significativa se localiza entre las entidades de carácter social, y concretamente motivada por falta de información sobre infracciones legales y medidas para preservar la libre competencia.

Como nota positiva, destaca la evolución de la preocupación por los efectos sociales indirectos que provocan las EE.FF.D. a través de su actividad, que se evidencia principalmente a través de la toma en consideración de criterios de tipo social en la evaluación de clientes.

Tabla 88. Evolución diferencias divulgativas a nivel de elementos de categorías de contenido por comunidad.

		Período	Media	Diferencia	Diferencia IDRs	Diferencia IDRg
IDRs	(IDRS1) Políticas, declaraciones y sistemas de gestión social	inicial	0,93	(0,009)		
		final	0,922			
	(IDRS2) Actividades de apoyo e inversión en la comunidad local	inicial	1,514	(0,138)***	***	
		final	1,377			
	(IDRS3) Contribución a la economía nacional	inicial	0,774	0,113		***
		final	0,887			
	(IDRS4) Cumplimiento de la legislación, corrupción y competencia	inicial	1,13	(0,157)	***	
		final	0,974			
	(IDRS5) Política pública	inicial	0,967	(0,011)		
		final	0,957			
	(IDRS6) Actividad social a través de la actividad intermediadora	inicial	0,722	0,157***	**	**
		final	0,878			
IDR Comunidad	inicial	1,02	(0,007)			
	final	1,013				
IDR General	inicial	1,046	(0,047)			
	final	0,999				

\*p<0,01; \*\*p<0,05; \*\*\*p<0,10.

Fuente: elaboración propia.

#### - Empleados

La mayor parte de los contenidos informativos que conforman la información sobre empleados presenta un cierto nivel de estabilidad en estos años, no mejorando la divulgación media del indicador en este tiempo (a excepción de las condiciones de contratación y despido y otra información). Además, al igual que en los casos anteriores, se pueden identificar algunas diferencias divulgativas analizando el indicador en más detalle.

Aunque cinco de los siete elementos informativos que conforman la información sobre empleados se mantienen en la misma línea de estabilidad que presenta el indicador, existe alguna diferencia interna dentro de cada uno de estos elementos. Ítem que presenta alguna tendencia diferente. En este sentido cabe destacar que se detecta una importante disminución de calidad en lo referente a la retribución y condiciones de

trabajo por parte de los bancos y en aquellas entidades de gran tamaño. Por ítems, se observan escasos cambios; destacan son las disminuciones en el respecto de la libertad de asociación, políticas y programas de formación continua; en sentido opuesto tan solo aumenta aquella información relacionada con políticas y programas de salud y seguridad, sin que dicha mejora se vea repercutida en un aumento de los contenidos sobre aquellos aplicaciones prácticas de la misma.

En relación a la evolución media del IDRh, la calidad divulgativa de la información sobre condiciones de contratación y despido experimenta un fuerte descenso principalmente en relación a las rotaciones, seguidas de cerca por la contratación a través de prácticas profesionales.

En el lado opuesto, han cobrado mayor importancia otros contenidos como la delegación y el trabajo en equipo y sobre todo las políticas de adaptación al cambio estructural en el sector, que surgen como respuesta de las entidades a las inquietudes en el plano laboral como resultado de la nueva situación del sector.

Tabla 89. Evolución diferencias divulgativas a nivel de elementos de categorías de contenido por empleados.

		Período	Media	Diferencia	Diferencia	Diferencia
IDRh	(IDRh1) Relaciones empresa / trabajador	inicial	1,101	(0,101)		
		final	1			
	(IDRh2) Salud y seguridad	inicial	0,903	(0,034)		
		final	0,87			
	(IDRh3) Formación y desarrollo profesional	inicial	1,283	0,007		
		final	1,29			
	(IDRh4) Retribución y condiciones de trabajo	inicial	0,804	(0,036)		
		final	0,768			
	(IDRh5) Condiciones de contratación y despido	inicial	1,043	(0,174)***	**	
		final	0,87			
	(IDRh6) Diversidad e igualdad de oportunidades	inicial	1,409	(0,017)		
		final	1,391			
	(IDRh7) Otra información	inicial	0,283	0,250*	*	*
		final	0,533			
IDR Empleados	inicial	0,993	(0,029)			
	final	0,964				
IDR General	inicial	1,046	(0,047)			
	final	0,999				

\*p<0,01; \*\*p<0,05; \*\*\*p<0,10. Fuente: elaboración propia.

- Medioambiente

Siendo el área a la que se le presta mayor atención desde el punto de vista de la calidad divulgativa, es en comparación con las anteriores la que menor cantidad de cambios ha sufrido. Todos los elementos que conforman la información medioambiental mantienen la calidad divulgativa, a excepción de una disminución en el interés prestado por las entidades de naturaleza social por el desarrollo de políticas y declaraciones de gestión ambiental.

Tabla 90. Evolución diferencias divulgativas a nivel de elementos de categorías de contenido por medioambiente.

		Período	Media	Diferencia	Diferencia IDRe	Diferencia IDRg
IDRe	(IDRe1) Políticas, declaraciones y sistemas de gestión ambiental	inicial	0,891	(0,101)***	***	
		final	0,79			
	(IDRe2) Consumo y conservación de recursos y energía	inicial	1,609	(0,061)		
		final	1,548			
	(IDRe3) Emisiones, vertidos y residuos e impactos en los ecosistemas	inicial	1,165	(0,009)		
		final	1,157			
	(IDRe4) Inversiones y gastos medioambientales y cumplimiento	inicial	1,122	(0,035)		
		final	1,087			
	(IDRe5) Medioambiente, productos y servicios	inicial	0,93	(0,087)		
		final	0,843			
IDR Medioambiente	inicial	1,134	(0,013)			
	final	1,12				
IDR General	inicial	1,046	(0,047)			
	final	0,999				

\*p<0,01; \*\*p<0,05; \*\*\*p<0,10.

Fuente: elaboración propia.

### 3.2. Evolución de la relación entre Agentes Directos – Agentes Indirectos

En el análisis estático se comprobó que la atención divulgativa de las entidades de forma agregada se centra en informar acerca de los grupos de interés con los que mantiene una relación menos intensa (agentes indirectos). De igual modo se vio que eran las



CC.AA., así como las entidades de tamaño medio las que presentan este comportamiento.

De la comparativa de la evolución mostrada en este periodo se encuentra que, mientras que la información ofrecida en referencia a la comunidad y el medioambiente se ha mantenido estable (apenas se reduce en 0,010 puntos), aquella relacionada con clientes y empleados experimenta una significativa reducción (0,085 puntos). Así pues, de la diferencia de ambas se concluye que los contenidos informativos sobre grupos de interés sin una relación directa con la actividad regular de la empresa ganan protagonismo sobre el resto de temas, afianzándose su predominio en las memorias de las entidades.

Tabla 91. Comparación evolución grupos de interés directos e indirectos.

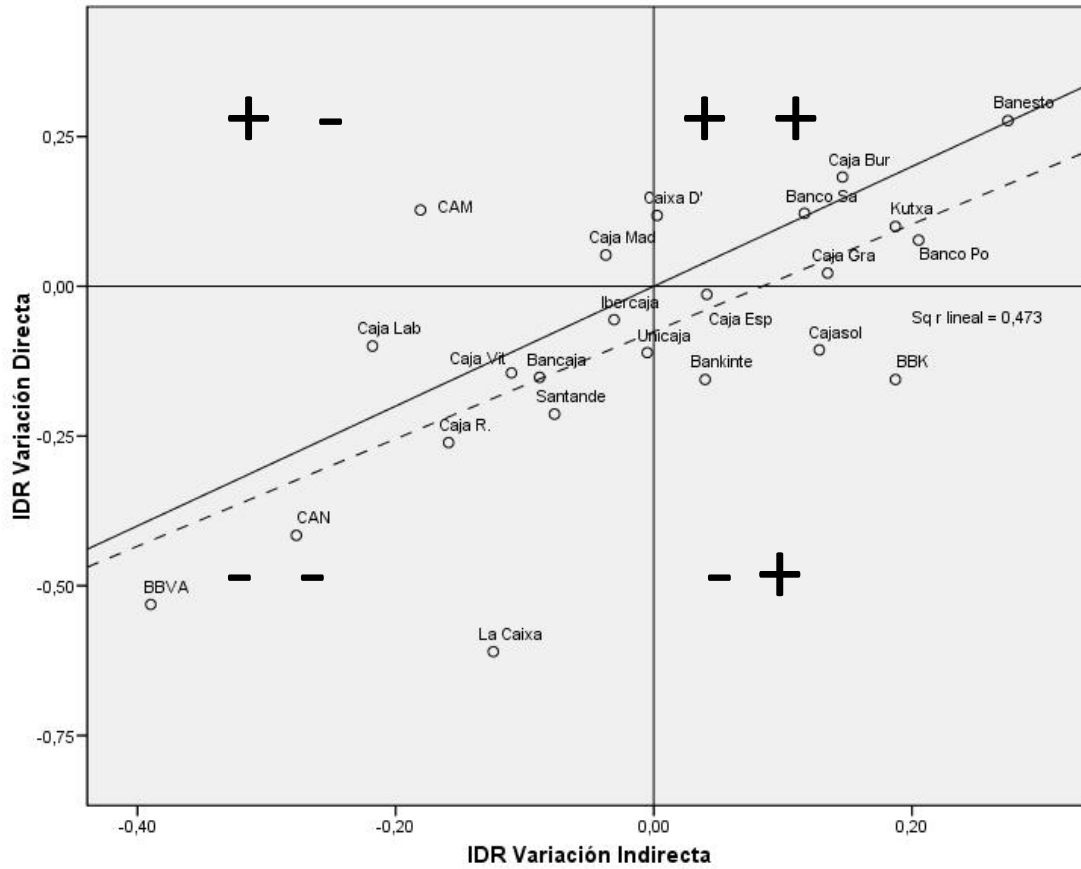
Categoría			Media evolución	Categoría	Diferencia
Evolución Agentes relación directa	Inicial	1,016	(0,085)***	Evolución Agentes relación indirecta	(0,075)**
	Final	0,931			
Evolución Agentes relación indirecta	Inicial	1,077	(0,010)		
	Final	1,06			

\*p<0,01; \*\*p<0,05; \*\*\*p<0,10.

Fuente: elaboración propia.

En el siguiente gráfico se pueden observar las tendencias vistas con anterioridad. Del total de entidades analizadas solo una cuarta parte de las mismas muestran un aumento de la información directa sobre la indirecta (aquellas por encima de la línea continua diagonal, sobre la que las variaciones de ambos índices son iguales); por otra parte el grupo más numeroso, un 43,47%, disminuye su transparencia con respecto a ambos conjuntos de grupos de interés.

Gráfico 14. Evolución de la publicación de información por grupos de interés.



Fuente: elaboración propia.

Tabla 92. Correlaciones entre las variables.

		Variación IDR Agentes Directos
Variación IDR Agentes Directos	Correlación de Pearson	1
Variación IDR Agentes Indirectos	Correlación de Pearson Sig. (bilateral)	0,688** 0,00

\*p<0,01; \*\*p<0,05; \*\*\*p<0,10.

Fuente: elaboración propia.

### 3.3. Evolución de la dimensión interna / externa de responsabilidad

En relación a las diferencias acontecidas sobre la dimensión interna y externa de responsabilidad de las entidades se puede apreciar en la siguiente tabla que de modo general los niveles de ambos indicadores se han mantenido constantes, con la única excepción de los contenidos de carácter social externos que experimentan un crecimiento significativo del 18,03% sobre el año base, y mostrando un comportamiento significativamente mayor sobre el IDRg.

Tabla 93. Evolución de la revelación de información sobre RSC interna / externa.

			Diferencia		Diferencia con IDRg
IDRs Interno	inicial	1,241	0,074	(5,99)%	0,027
	final	1,167			
IDRs Externo	inicial	0,748	(0,135)***	18,03%	(0,182)*
	final	0,883			
IDRe Interno	inicial	1,387	0,035	(2,51)%	(0,013)
	final	1,352			
IDRe Externo	inicial	1,026	0,061	(5,94)%	0,013
	final	0,965			
IDRg Interno	inicial	1,314	0,055	(4,16)%	0,007
	final	1,259			
IDRg Externo	inicial	0,936	0,002	(0,19)%	(0,046)
	final	0,934			

Variación IDRg: -0,047

\*p<0,01; \*\*p<0,05; \*\*\*p<0,10.

Fuente: elaboración propia.

Por otra parte, los resultados siguientes muestran que no existen diferencias en lo que respecta al modo en que las EE.FF.D. entienden la RSC, manteniendo estas mayor atención a los contenidos relacionados con su esfera interna de responsabilidad.

Tabla 94. Comparativa evolución IDR Interna – IDR Externa.

Categoría			DRSC		
			Media evolución	Comparación	
				Categoría	Diferencia
Evolución IDR Interna	Inicial	1,314	(0,055)	Evolución IDR Externa	0,053
	Final	1,259			
Evolución IDR Externa	Inicial	0,936	(0,002)		
	Final	0,934			

\*p<0,01; \*\*p<0,05; \*\*\*p<0,10.

Fuente: elaboración propia.

### 3.4. Evolución de medias de divulgación en relación a las características concretas de las entidades

Atendiendo a las características concretas de las entidades, estas tendencias se confirman en la mayoría de los casos. Para ello las tablas siguientes muestran de manera diferenciada las tendencias según la naturaleza jurídica, dimensión, riesgo asumido, estructura de gobierno corporativo, presencia internacional, así como otras variables relevantes. Para entender mejor el análisis se expone el significado los resultados: Las dos primeras columnas de cada categoría muestran la variación de cada indicador entre el momento inicial y el momento final del período de análisis; la tercera sin embargo, muestra la variación de cada indicador con respecto a la tendencia general de cada categoría; por último, la columna final compara los comportamientos divulgativos entre categorías de entidades.

#### A. Evolución de medias de divulgación en relación a la naturaleza jurídica de las entidades

Por tipo de entidad, los bancos han experimentado una reducción general del comportamiento divulgativo, si bien dicho comportamiento no ha sido homogéneo. Mientras que los contenidos relativos a agentes directos (clientes y empleados) se han reducido, la información referida a agentes indirectos ha aumentado (comunidad y medioambiente, especialmente debido al aumento de la primera). Con respecto al

orden de importancia, la atención prestada a medioambiente sigue siendo la prioritaria, mientras que la información sobre clientes ha perdido protagonismo pasando a ocupar el último puesto frente a la información sobre comunidad.

Por lo que respecta al comportamiento observado entre las entidades de naturaleza social, las tendencias son muy similares con respecto a los bancos, destacando una reducción muy significativa con respecto a la información sobre clientes (-13,66%). Además, no se observa una variación en la atención prestada sobre los agentes indirectos consolidándose de esta manera un enfoque de responsabilidad social externa en este tipo entidades.

Finalmente de manera comparativa, mientras los bancos han experimentan un aumento del 17,02% respecto a la comunidad, en este mismo período las entidades de naturaleza social (CC.AA. y CC.CC.) redujeron la atención prestada a estos contenidos en un 5,13%, atenuándose las diferencias divulgativas entre ambos grupos; en referencia al resto, los comportamientos son relativamente semejantes. En referencia a las tendencias divulgativas, las entidades de naturaleza capitalista parecen estar adoptando en estos últimos años una actitud divulgativa semejante a la que han mantenido durante todos estos años las entidades sociales, basada en un enfoque de responsabilidad social exterior.

Tabla 95. Evolución divulgación según naturaleza jurídica.

	Bancos (6)		CC.AA. Y CC.CC. (17)		Diferencia		
	Variación	Diferencia con IDRg	Variación	Diferencia con IDRg			
IDR Clientes	(0,122)	(13,10%)	(0,101)*	(0,147)*	(13,66%)	(0,09)**	0,025
IDR Comunidad	0,133	17,02%	0,154*	(0,057)	(5,13%)	0	0,190**
IDR Empleados	(0,020)	(2,14%)	0,001	(0,032)	(3,17%)	0,025	0,012
IDR Medioambiente	(0,077)	(6,32%)	(0,056)	0,009	0,82%	0,066**	(0,086)
IDR General	(0,021)	(2,21%)		(0,057)	(5,27%)		0,036
Agentes directos	(0,071)	(7,62%)		(0,090)***	(8,57%)		
Agentes indirectos	0,028	2,82%		(0,024)	(2,15%)		

\*p<0,01; \*\*p<0,05; \*\*\*p<0,10.

Fuente: elaboración propia.

Tabla 96. Orden que ocupan categorías de contenido según su nivel divulgativo.

	Bancos				CC.AA. Y CC.CC.			
	Inicial		Final		Inicial		Final	
	Puntuación	Posición	Puntuación	Posición	Puntuación	Posición	Puntuación	Posición
IDR Clientes	0,929	2	0,808	4	1,077	3	0,930	4
IDR Comunidad	0,783	4	0,917	2	1,104	1	1,047	2
IDR Empleados	0,929	2	0,909	3	1,015	4	0,983	3
IDR Medioambiente	1,218	1	1,141	1	1,104	1	1,113	1

\*p<0,01; \*\*p<0,05; \*\*\*p<0,10.

Fuente: elaboración propia.

#### Evolución de los elementos de categorías de contenido por naturaleza jurídica

A continuación se pretende examinar la existencia de tendencias de comportamiento con especial referencia a los distintos componentes o elementos de categorías examinadas previamente de las entidades por su naturaleza jurídica. Para ello se emplea la comparación de las diferencias divulgativas entre el momento inicial y final (Anexo 19).

Como se comprobó anteriormente es el grupo de clientes el que experimenta una mayor reducción en los niveles de transparencia. En relación a estos no se aprecian grandes diferencias en las tendencias seguidas. Tanto en el caso de los bancos como CC.AA. y CC.CC. la mayor reducción se encuentra localizada en los temas referentes a “consumo ético”, seguida a cierta distancia de la “satisfacción del cliente y calidad del servicio prestado”.

Por lo que se refiere a la comunidad, en este periodo los bancos, partiendo de unos niveles divulgativos muy inferiores, han evolucionado en la transparencia informativa hacia este colectivo asemejándose a los niveles alcanzados por las entidades de tipo social. Esta homogenización de comportamientos se observa de manera general en todos los elementos de categorías de contenido, a excepción de “actividad social a través de la actividad intermediadora”. Principalmente estas diferencias se encuentran

en “políticas, declaraciones y sistemas de gestión social” y en “cumplimiento de la legislación, corrupción y competencia”. Se puede decir por tanto, que si bien los bancos han hecho un importante esfuerzo en mejorar la transparencia en relación a este tipo de contenidos, en términos generales se puede calificar de mejora parcial, debido a que mantienen su actitud ante la repercusión externa de su actividad intermediadora.

En relación a los empleados, no parece que la naturaleza jurídica de la entidad establezca diferencias a la hora de examinar la evolución del comportamiento. Sin embargo es cierto, que en los contenidos en relación a “retribución y condiciones de trabajo” mientras que las entidades sociales se ha mantenido estable, los bancos la han reducido.

Finalmente en cuanto a medioambiente se refiere, se ha visto que no existen cambios entre los comportamientos de ambas entidades. Sin embargo atendiendo a los elementos de esta categoría, destaca la elevada reducción de la atención que los bancos hacen de los contenidos informativos que hacen referencia a “medioambiente, productos y servicios”, pasando de 1,3 a 0,833. Esta diferencia es relevante ya que significa un importante giro en el enfoque mostrado por estas entidades y suponiendo un retroceso en la consideración de la importante trascendencia indirecta de su actividad en el entorno.

## **B. Evolución de medias de divulgación en relación al tamaño de las entidades**

Del análisis por tamaño de entidades observado en la tabla siguiente se pueden destacar los detalles siguientes.

El comportamiento divulgativo general (última columna) ha seguido un mismo patrón de comportamiento independientemente del tamaño de las entidades, no observándose diferencias significativas entre los diferentes grupos. A pesar de ello se observa que son las grandes entidades, con una disminución media del 9,23%, las que más reducen la calidad divulgativa general de sus memorias.

## Capítulo 4: Análisis de resultados

Por tamaños, las grandes entidades reducen de forma drástica su atención hacia el grupo de interés clientes (-21,72%), a la vez que la aumentan con respecto a comunidad (5,41%). Esto evidencia un cambio en el protagonismo que ocupa cada grupo de interés para estas entidades, mostrando estas una tendencia por los *stakeholders* externos.

Por lo que respecta a las entidades de tamaño medio, no muestran un cambio significativo en cuanto a la importancia otorgada a cada uno de los grupos de interés, (centrándose en medioambiente y empleados), si bien es cierto que la tendencia es a informar menos sobre asuntos que preocupan al entorno en contacto directo con las entidades frente al resto de grupos de interés.

Finalmente, las entidades pequeñas muestran también un patrón de comportamiento a lo largo de todo este tiempo basado en la información sobre el entorno más alejado de la actividad habitual de la entidad.

Tabla 97. Evolución divulgación según tamaño de entidad.

	Grandes (7)		Medianas (7)		Pequeñas (9)		Diferencias					
	Variación	Diferencia con IDRg	Variación	Diferencia con IDRg	Variación	Diferencia con IDRg	(1-2)	(1-3)	(2-3)			
IDR Clientes	(0,236)**	(21,72%)	(0,140)*	(0,126)	(13,45%)	(0,120)	(0,077)	(7,14%)	(0,034)	(0,11)	(0,159)	(0,049)
IDR Comunidad	0,048	5,41%	0,144*	0,051	5,13%	0,057	(0,095)	(8,22%)	(0,052)*	(0,003)	0,143	0,146
IDR Empleados	(0,078)	(8,04%)	0,018	0,031	2,97%	0,037	(0,037)	(3,78%)	0,006	(0,109)	(0,041)	0,068
IDR Medioambiente	(0,115)	(9,63%)	(0,019)	0,022	1,84%	0,028	0,038	3,70%	0,081**	(0,137)	(0,153)	(0,016)
IDR General	(0,096)	(9,23%)		(0,006)	(0,55%)		(0,043)	(4,01%)		(0,09)	(0,053)	0,037
Agentes directos	(0,157)	(15,24%)		(0,157)	(15,27%)		(0,057)	(5,55%)				
Agentes indirectos	(0,034)	3,27%		(0,028)	2,56%		(0,028)	(2,57%)				

\*p<0,01; \*\*p<0,05; \*\*\*p<0,10.

Fuente: elaboración propia.



Tabla 98. Orden que ocupan categorías de contenido según su nivel divulgativo medio.

	Grandes				Medianas				Pequeñas			
	Inicial		Final		Inicial		Final		Inicial		Final	
		Posición		Posición		Posición		Posición		Posición		Posición
IDR Clientes	1,088	2	0,852	4	0,940	4	0,813	4	1,077	2	1,000	3
IDR Comunidad	0,881	4	0,929	2	0,992	3	1,043	3	1,150	1	1,056	2
IDR Empleados	0,973	3	0,895	3	1,031	2	1,061	2	0,979	4	0,942	4
IDR Medioambiente	1,198	1	1,082	1	1,192	1	1,214	1	1,038	3	1,077	1

\*p<0,01; \*\*p<0,05; \*\*\*p<0,10.

Fuente: elaboración propia.

### Evolución de los elementos de categorías de contenido según su tamaño

En el caso de clientes, se encuentra que son las grandes entidades las que experimentan un comportamiento diferenciado frente al resto de entidades en temas como “consumo ético” y “seguridad de los clientes y confidencialidad”; concretamente experimentan una elevada reducción de la atención que se presta, 0,554 y 0,333 respectivamente.

Con respecto a la sociedad, no se observa ninguna diferencia en la evolución de los elementos de contenido, entre entidades de diferente dimensión.

En los contenidos sobre empleados, se observa sobre que en el tema “retribución y condiciones de trabajo” las entidades de gran tamaño reducen drásticamente su atención de forma contraria a lo que ocurre con las entidades de pequeño tamaño que incrementan la transparencia sobre estos asuntos.

Finalmente, en relación al medioambiente, las grandes entidades reducen su atención sobre la responsabilidad externa de sus acciones frente al resto de entidades.

### C. Evolución de medias de divulgación en relación a la internacionalización de las entidades

Por tipo de entidad, aquellas con presencia internacional presentan una ligera reducción de su nivel divulgativo de modo general (-6,09%), destacando con una importante pérdida de calidad, sobre todos los demás indicadores el conjunto clientes.

Por lo que respecta a las entidades sin presencia fuera de España, su comportamiento se asemeja al anterior conjunto en lo que respecta a la reducción en la atención a clientes y el mantenimiento en cuanto a comunidad y empleados. Sin embargo estas entidades destacan por el aumento sobre la media del interés por el medioambiente.

De modo comparativo (última columna de la tabla 99) puede verse que a nivel de categorías de contenido la evolución ha sido muy similar entre ambos tipos de entidades; si bien destaca con fuerza (0,113 puntos) la diferencia existente en el enfoque dado a los temas medioambientales.

Tabla 99. Evolución divulgación según internacionalización.

	Internacionalización		No internacionalización		Diferencia		
	Variación	Diferencia con IDRg	Variación	Diferencia con IDRg			
IDR Clientes	(0,162)	(15,45)%	(0,098)***	(0,124)	(12,03)%	(0,089)***	0,038
IDR Comunidad	0,016	1,70%	0,079	(0,024)	(2,22)%	0,011	(0,04)
IDR Empleados	(0,031)	(3,02)%	0,033	(0,028)	(2,84)%	0,008	0,003
IDR Medioambiente	(0,077)	(6,49)%	(0,014)	0,036	3,24%	0,071***	(0,113)
IDR General	(0,063)	(6,09)%		(0,035)	(3,35)%		0,028
Agentes directos	(0,096)		(9,30)%	(0,076)		(7,58)%	
Agentes indirectos	(0,031)		(2,92)%	0,006		0,51%	

\*p<0,01; \*\*p<0,05; \*\*\*p<0,10.

Fuente: elaboración propia.

Tabla 100. Orden que ocupan categorías de contenido según su nivel divulgativo

	Internacionalización				No internacionalización			
	Inicial		Final		Inicial		Final	
	Puntuación	Posición	Puntuación	Posición	Puntuación	Posición	Puntuación	Posición
IDR Clientes	1,046	2	0,885	4	1,033	3	0,908	4
IDR Comunidad	0,918	4	0,933	3	1,099	1	1,074	2
IDR Empleados	1,024	3	0,993	2	0,969	4	0,941	3
IDR Medioambiente	1,185	1	1,108	1	1,095	2	1,130	1

\*p<0,01; \*\*p<0,05; \*\*\*p<0,10.

Fuente: elaboración propia.

### Evolución de los elementos de categorías de contenido según su internacionalización

Si bien a nivel agregado las diferencias divulgativas parecen centrarse solamente a nivel de medioambiente, un estudio más detallado permite alcanzar una mejor comprensión de la evolución según hayan seguido un proceso de internacionalización o simplemente atienden al mercado nacional; así el anexo 19 ofrece información sobre la evolución de ambos conjuntos.

En el caso de las entidades internacionalizadas, se observó que eran los clientes quienes sufrían una disminución mayor sobre el conjunto total. Dicha reducción viene producida principalmente por la importante falta de interés en relación al “consumo ético” y la “seguridad de los clientes y confidencialidad” (disminuciones de -0,425 y -0,233 puntos).

Por otra parte se observa en relación a los empleados por una parte un aumento del interés por “otra información” (0,325) que se ve compensada con la escasez de información sobre “retribución y condiciones de trabajo” (-0,267).

Por su parte en las entidades sin presencia exterior, la importante disminución de calidad en la información sobre sus clientes es debida en parte a “inclusión de clientes” (-0,338) así como de forma menos importante al resto de elementos de contenido a

excepción de “seguridad de los clientes y confidencialidad” con un incremento significativo en 0,256 puntos.

De forma comparativa entre ambos tipos, existen diferencias significativas principalmente en relación a clientes. Así, dentro de este destacan “consumo ético” experimenta una disminución mucho más profunda en el caso de las entidades internacionalizadas (-0,426 frente a -0,105 puntos en las no internacionalizadas); por su parte “seguridad de los clientes y confidencialidad” experimenta un comportamiento diferenciado, así las entidades internacionalizadas disminuye en -0,233 puntos mientras que las que no lo están incrementan su transparencia en 0,255 puntos; finalmente en cuanto a la “inclusión de clientes”, la tendencia es a aumentar en las internacionalizadas (0,180 puntos) y a disminuir en el resto (-0,339 puntos).

#### **D. Evolución de medias de divulgación en relación al riesgo de créditos impagados (morosidad) de las entidades**

Siguiendo con las características concretas de las entidades, las tablas siguientes muestran la evolución seguida según el grado de créditos impagados por parte de los clientes.

Según el grado de morosidad, las entidades con unos niveles más controlados de créditos fallidos han experimentado una reducción general del comportamiento divulgativo; si bien esta disminución no ha sido homogénea, concentrándose la pérdida de calidad en la información sobre agentes directos, y más concretamente en clientes (con una reducción del 23,08% en relación al año base), manteniéndose el resto de indicadores. Con respecto al orden de importancia, la atención prestada a medioambiente sigue siendo la prioritaria, mientras que la información sobre clientes ha perdido protagonismo pasando a ocupar el último puesto.

En referencia al comportamiento observado entre las entidades con niveles de morosidad superiores, la tendencia generalizada es estable en el tiempo.

Finalmente, de manera comparativa entre ambos tipos de entidades, los comportamientos divulgativos han sido muy semejantes a excepción de lo referente a clientes; en relación a estos se puede ver que las entidades con menor número de créditos impagados han reducido su atención sobre las preocupaciones de estos colectivos. La relación tan estrecha que esta característica concreta mantiene con el conjunto del colectivo de clientes presenta una doble lectura: si bien aquellas entidades con menor tenencia de créditos impagados por sus clientes han restado importancia a la información suministrada sobre ellos, no parece razón para que las entidades con mayor presencia de este problema ofrezcan mayor transparencia informativa de lo que lo hacen en la actualidad.

Tabla 101. Evolución divulgación según riesgo (morosidad)

	Morosidad < media			Morosidad > media		Diferencia	
	Variación		Diferencia con IDRg	Variación			Diferencia con IDRg
IDR Clientes	(0,240)*	(23,08)%	(0,166)*	(0,012)	(1,12%)	0,002	0,228**
IDR Comunidad	(0,012)	(1,25)%	0,061***	0,000	0,00%	0,013	0,012
IDR Empleados	(0,026)	(2,60)%	0,048	(0,033)	(3,33%)	(0,020)	(0,007)
IDR Medioambiente	(0,018)	(1,51)%	0,056	(0,008)	(0,71%)	0,005	0,010
IDR General	(0,074)	(7,06)%		(0,013)	(1,26%)		0,061
Agentes directos	(0,133)		(13,09%***)	0,022		(2,20%)	
Agentes indirectos	(0,015)		(1,40)%	0,004		(0,35%)	

\*p<0,01; \*\*p<0,05; \*\*\*p<0,10.

Fuente: elaboración propia.

Tabla 102. Orden que ocupan categorías de contenido según su nivel divulgativo.

	Morosidad < media				Morosidad > media			
	Inicial		Final		Inicial		Final	
	Puntuación	Posición	Puntuación	Posición	Puntuación	Posición	Puntuación	Posición
IDR Clientes	1,039	2	0,799	4	1,039	3	1,027	3
IDR Comunidad	0,995	3	0,982	2	1,053	2	1,053	2
IDR Empleados	0,987	4	0,962	3	1,000	4	0,967	4
IDR Medioambiente	1,169	1	1,151	1	1,089	1	1,081	1

\*p<0,01; \*\*p<0,05; \*\*\*p<0,10.

Fuente: elaboración propia.

### Evolución de los elementos de categorías de contenido según su riesgo

#### Clientes

En el caso de entidades con niveles de morosidad por debajo de la media las diferencias observadas se concentran sobre todo en “Consumo ético” (-0,337 puntos), “Inclusión de clientes” (-0,415) y “Satisfacción del cliente y calidad del servicio prestado” (0,205)

Por último, de forma comparativa, si bien las principales diferencias divulgativas hacen referencia a clientes, estas se encuentran concentradas en el indicador “Inclusión de clientes”, el cual aglutina la preocupación de las EE.FF.D. en que nadie quede excluido de los servicios financieros. Por esta razón, las entidades con menor nivel de riesgo ven disminuida su atención media en 0,415 puntos, mientras que la atención que prestan aquéllas otras con mayores problemas de impago crece en 0,280 puntos.

#### Sociedad

Con respecto a la sociedad, no se observa ninguna diferencia en la evolución de los elementos de contenido, entre entidades de diferente dimensión.

## Empleados

En cuanto a empleados el aspecto más destacado se localiza en relación a la importante reducción en la atención a las “condiciones de contratación y despido” (-0,233 puntos) en lo que se refiere las entidades con un mayor volumen de morosidad.

Finalmente, en relación al medioambiente, las entidades con menores niveles de morosidad experimentan una falta de interés, sobre todo en cuanto a “políticas, declaraciones y sistemas de gestión ambiental” (0,115 puntos).

### **E. Evolución de medias de divulgación en relación a la estructura de gobierno corporativo de las entidades (Dualidad y Paridad)**

Por tipo de entidad, las entidades con una dirección dual, presentan de manera generalizada una reducción media en los contenidos destacando los siguientes hechos: en primer lugar destaca significativamente la importante reducción en la atención a los contenidos informativos que hacen referencia a los agentes directos con especial atención a los clientes (reducción del 20,39%) y muy por debajo de la actuación media general; por otra parte destaca el ligero repunte de la atención hacia los contenidos medioambientales, los cuales ganan importancia sobre la media (0,113 puntos sobre la evolución del IDRg).

Por su parte, aquellas otras entidades con una dirección unificada en una sola persona, presentan un comportamiento generalizado más estable, sin importantes disminuciones en la calidad de los contenidos. Sin embargo merece especial atención el importante incremento sobre la media general que han experimentado los contenidos referentes a la comunidad (0,074 puntos).

Finalmente de manera comparativa, mientras las entidades con una dirección dual experimentan una reducción del 20,39% respecto a los clientes, en este mismo período las entidades con una dirección unificada en una sola persona mantuvieron su atención hacia este colectivo, viéndose reducido solo en un 6,94%; por lo que respecta al resto,

## Capítulo 4: Análisis de resultados

los comportamientos son relativamente semejantes. En referencia a las tendencias divulgativas, las entidades no duales parecen estar adoptando en estos últimos años una actitud divulgativa semejante a la que han mantenido durante los últimos años las entidades con una dirección dual, basada en un enfoque de responsabilidad social con vocación hacia sus grupos de interés externos.

Tabla 103. Evolución divulgación según dualidad.

	Dualidad			No dualidad			Diferencia
	Variación		Diferencia con IDRg	Variación		Diferencia con IDRg	
IDR Clientes	(0,217)*	(20,39%)	(0,153)*	(0,071)	(6,94%)	(0,038)	(0,146)*
IDR Comunidad	(0,060)	(5,48%)	0,004	0,042	4,39%	0,074***	(0,102)
IDR Empleados	(0,028)	(2,65%)	0,036	(0,030)	(3,18%)	0,002	0,002
IDR Medioambiente	0,049	4,56%	0,113*	(0,071)	(5,93%)	(0,039)	0,120
IDR General	(0,064)	(5,97%)		(0,032)	(3,16%)		(0,032)
Agentes directos	(0,123)***		(11,55%)	(0,050)		(5,15%)	
Agentes indirectos	(0,006)		(0,52%)	(0,015)		(1,36%)	

\*p<0,01; \*\*p<0,05; \*\*\*p<0,10.

Fuente: elaboración propia.

Tabla 104. Orden que ocupan categorías de contenido según su nivel divulgativo.

	Dualidad				No dualidad			
	Inicial		Final		Inicial		Final	
	Puntuación	Posición	Puntuación	Posición	Puntuación	Posición	Puntuación	Posición
IDR Clientes	1,063	3	0,846	4	1,016	2	0,946	3
IDR Comunidad	1,097	1	1,036	2	0,950	3	0,992	2
IDR Empleados	1,058	4	1,030	3	0,933	4	0,903	4
IDR Medioambiente	1,073	2	1,122	1	1,189	1	1,119	1

\*p<0,01; \*\*p<0,05; \*\*\*p<0,10.

Fuente: elaboración propia.

Por lo que respecta al grado de paridad en los consejos de administración, en primer lugar se examina el comportamiento de aquel conjunto de entidades que posee un



número de mujeres por debajo de la media en dicho consejo. Así, estas entidades presentan como principal peculiaridad una importante reducción del protagonismo de los contenidos referidos a clientes y medioambiente (-20,12% y -13,22% respectivamente). Como consecuencia de esto el interés por la información sobre clientes ha pasado a ocupar el último lugar, sin embargo el medioambiente se mantiene como principal preocupación debido en parte por las pequeñas reducciones en el resto de indicadores así como la elevada puntuación inicial de la que partía el indicador.

En referencia a las entidades con una paridad por encima de la media, los indicadores se mantienen en el tiempo, sin grandes perturbaciones, siendo el conjunto clientes el que se ve afectado por una mayor reducción.

Finalmente observando los comportamientos de ambos grupos de manera comparativa se observa que durante el periodo de tiempo de este análisis las entidades carentes de una presencia significativa de mujeres en sus consejos de administración han retrocedido en la calidad general de la información y su transparencia, experimentado una importante reducción frente a la transparencia ofrecida por el resto de entidades. De esta forma aumenta la brecha existente entre ambos conjuntos, siendo las entidades con mayor presencia de mujeres aquellas con mayor transparencia informativa generalizada.

Tabla 105. Evolución divulgación según paridad.

	No paridad			Paridad			Diferencia
	Variación		Diferencia con IDRg	Variación		Diferencia con IDRg	
IDR Clientes	(0,205)***	(20,12)%	(0,084)**	(0,118)	(11,25)%	(0,096)***	(0,087)
IDR Comunidad	0,008	0,96%	0,129***	(0,012)	(1,14)%	0,009	0,020
IDR Empleados	(0,139)	(14,06)%	(0,018)	0,010	0,99%	0,031	(0,149)
IDR Medioambiente	(0,148)***	(13,22)%	(0,027)	0,034	2,97%	0,055	(0,182)**
IDR General	(0,121)	(12,19)%		(0,022)	(2,03)%		(0,099)
Agentes directos	(0,172)		(17,14)%	(0,054)		(5,29)%	
Agentes indirectos	(0,070)		(7,11)%	0,011		0,97%	

\*p<0,01; \*\*p<0,05; \*\*\*p<0,10.

Fuente: elaboración propia.

Tabla 106. Orden que ocupan categorías de contenido según su nivel divulgativo

	No paridad				Paridad			
	Inicial		Final		Inicial		Final	
	Puntuación	Posición	Puntuación	Posición	Puntuación	Posición	Puntuación	Posición
IDR Clientes	1,019	2	0,814	4	1,045	3	0,928	4
IDR Comunidad	0,842	4	0,850	2	1,083	2	1,071	2
IDR Empleados	0,988	3	0,849	3	0,994	4	1,004	3
IDR Medioambiente	1,115	1	0,968	1	1,140	1	1,174	1

\*p<0,01; \*\*p<0,05; \*\*\*p<0,10.

Fuente: elaboración propia.

### Evolución de los elementos de categorías de contenido según su estructura de gobierno corporativo

De manera más detallada se pueden observar sobre qué componentes de cada indicador se concentran los principales cambios divulgativos. Así, en primer lugar se examinan los diferentes comportamientos en relación a la dualidad y en segundo lugar según su paridad.

Como se observó en relación a las entidades con gobierno dual, estas experimentan una importante disminución en su atención a los contenidos sobre clientes; concretamente esta disminución, aunque es generalizada en cada uno de los componentes del indicador es significativamente elevado en relación a “consumo ético” y “satisfacción del cliente y calidad del servicio prestado”.

Por otro lado, en lo referente a la comunidad, aunque la disminución general no llega a ser significativa (solo por detrás de la disminución de clientes), de un modo más detallado se aprecia una importante reducción en lo referente a “cumplimiento de la legislación, corrupción y competencia” con una disminución en 0,415 puntos sobre el valor base en 2007.

Las entidades con una dirección concentrada en una única persona (no dual) presentan por su parte unas variaciones apenas relevantes; sin embargo bajando al nivel de sus elementos de contenido se observan comportamientos destacados fuera de la tendencia generalizada. Así, en relación a la comunidad, se produce un elevado incremento de transparencia en referencia a los contenidos referentes a “contribución a la economía nacional” (0,250); en el caso de los empleados, si bien existe una mayor opacidad sobre “condiciones de contratación y despido” (-0,292), aumenta significativamente todo aquello referente a “Otra información” (0,313 puntos).

En relación al grado de paridad, aquellas entidades con un grado de paridad inferior a la media concentran las disminuciones en dos elementos de contenido: en primer lugar la reducción experimentada en el conjunto de clientes tiene su principal explicación en el “consumo ético” (-0,521); por otro lado el aumento de la opacidad informativa en relación al medioambiente tiene su origen en “consumo y conservación de recursos y energía” (-0,167).

Por su parte las entidades con un mayor número de mujeres en el consejo de administración, si bien no presentan importantes modificaciones en la atención hacia alguno de los grupos de interés, si existen importantes cambios en algunos de los elementos informativos de cada categoría. En Relación a clientes, ha disminuido la

transparencia sobre “satisfacción del cliente y calidad del servicio prestado” (-0,147); por lo que respecta a la comunidad los resultados son dispares, si bien la información sobre “actividades de apoyo a la comunidad local” disminuye en -0,167 puntos, por otra parte sube en relación a “contribución a la economía nacional” (0,176) y “actividad social a través de la actividad intermediadora” (0,224); en cuanto a empleados, solamente se aprecian cambios significativos en relación a “otra información” (0,250); para finalizar en medioambiente se ve reducida la atención principalmente en “políticas, declaraciones y sistemas de gestión ambiental” (-0,108).

#### **F. Evolución de medias de divulgación en relación a otras características de las entidades (departamento de RSC, necesidad de ayuda estatal y tamaño de la empresa auditora de las cuentas)**

##### Departamento de RSC

La posible existencia de un departamento específico encargado de gestión de las políticas de RSC puede introducir algún tipo de comportamiento diferenciado.

En primer lugar las entidades cuya política de RSC es gestionada de manera integral por un departamento específico presentan una disminución generalizada de su compromiso con la transparencia informativa, y de forma específica en relación a los contenidos vinculados a los clientes (-0,266). Por otra el resto de componentes informativos se mantienen estables, solo con pequeñas disminuciones puntuales.

En cuanto a las entidades sin departamento específico que gestione sus políticas sociales el comportamiento divulgativo se ha mantenido estable en el tiempo.

Finalmente, de forma comparada se puede afirmar que en todos los casos el compromiso divulgativo de las entidades con un departamento específico encargado de la gestión y aplicación de las políticas y medidas de RSC no garantiza una mejor gestión de la RSC ni se traduce en una mejora de la calidad divulgativa; es más en el caso concreto de los contenidos relacionados con clientes llega a ser significativamente

inferior, concretamente en -0,263 puntos sobre las entidades sin departamento específico para la gestión de la RSC.

Tabla 107. Evolución divulgación según departamento de RSC.

	Departamento RSC			No departamento RSC			Diferencia
	Variación		Diferencia con IDRg	Variación		Diferencia con IDRg	
IDR Clientes	(0,266)*	(23,78)%	(0,174)*	(0,003)	(0,36)%	(0,004)	(0,263)**
IDR Comunidad	(0,023)	(2,13)%	0,069***	0,011	1,11%	0,010	(0,034)
IDR Empleados	(0,030)	(2,91)%	0,062	(0,028)	(2,92)%	(0,029)	(0,002)
IDR Medioambiente	(0,048)	(3,92)%	0,044	0,024	2,37%	0,024	(0,072)
IDR General	(0,092)***	(8,24)%		0,001	0,09%		(0,093)
Agentes directos	(0,148)**		(13,82)%	(0,016)		(1,65)%	
Agentes indirectos	(0,036)		(3,08)%	0,018		1,77%	

\*p<0,01; \*\*p<0,05; \*\*\*p<0,10.

Fuente: elaboración propia.

Tabla 108. Orden que ocupan categorías de contenido según su nivel divulgativo.

	Departamento RSC				No departamento RSC			
	Inicial		Final		Inicial		Final	
	Puntuación	Posición	Puntuación	Posición	Puntuación	Posición	Puntuación	Posición
IDR Clientes	1,119	2	0,853	2	0,951	3	0,948	3
IDR Comunidad	1,084	3	1,061	3	0,950	4	0,961	2
IDR Empleados	1,022	4	0,992	4	0,961	2	0,933	4
IDR Medioambiente	1,228	1	1,180	1	1,032	1	1,056	1

\*p<0,01; \*\*p<0,05; \*\*\*p<0,10.

Fuente: elaboración propia.

Ayuda estatal

Agrupando las entidades en función de la necesidad de rescate o ayuda financiera por parte del Estado encontramos una serie de diferencias en las tendencias a seguidas.

En el caso de las entidades que han necesitado fondos públicos para afrontar sus problemas financieros se encuentra que han mantenido el mismo nivel de compromiso económico a lo largo del período estudiado. Si bien puede destacar una ligera mejora de la transparencia en relación al medioambiente (5,29%).

Por el contrario, las entidades que no han sido receptoras de ayudas no solo no han mejorado sus niveles divulgativos, sino que estos se han visto reducidos, siendo los que lo han hecho de manera más drástica “clientes” (-24,06%) y “medioambiente” (-7%).

Por tanto, de manera comparada las entidades sin ayuda estatal presentan un comportamiento significativamente distanciado de aquellas otras entidades receptoras de ayudas; estas diferencias se manifiestan en principalmente en los contenidos sobre clientes, seguidos por los contenidos medioambientales.

Tabla 109. Evolución divulgación según necesidad de ayuda estatal.

	Ayuda estatal			No ayuda estatal			Diferencia
	Variación		Diferencia con IDRg	Variación		Diferencia con IDRg	
IDR Clientes	(0,024)	(2,32)%	(0,025)	(0,247)*	(24,06)%	(0,156)*	(0,223)**
IDR Comunidad	(0,015)	(1,35)%	(0,015)	0,000	0,04%	0,091**	0,015
IDR Empleados	(0,019)	(1,95)%	(0,020)	(0,038)	(3,82)%	0,053	(0,018)
IDR Medioambiente	0,059	5,29%	0,059	(0,080)**	(7,00)%	0,011	(0,139)**
IDR General	0,000	0,01%		(0,091)	(8,91)%		(0,091)
Agentes directos	(0,022)		(2,14)%	(0,142)***		(14,15)%	
Agentes indirectos	0,022		1,97%	(0,040)		(3,85)%	

\*p<0,01; \*\*p<0,05; \*\*\*p<0,10.

Fuente: elaboración propia.

Tabla 110. Orden que ocupan categorías de contenido según su nivel divulgativo.

	Ayuda estatal				No ayuda estatal			
	Inicial		Final		Inicial		Final	
	Puntuación	Posición	Puntuación	Posición	Puntuación	Posición	Puntuación	Posición
IDR Clientes	1,052	3	1,028	3	1,026	2	0,779	4
IDR Comunidad	1,121	2	1,106	2	0,927	4	0,928	3
IDR Empleados	1,000	4	0,981	4	0,986	3	0,948	2
IDR Medioambiente	1,122	1	1,182	1	1,144	1	1,064	1

\*p<0,01; \*\*p<0,05; \*\*\*p<0,10.

Fuente: elaboración propia.

### Empresa de auditoría

En función del tamaño de la empresa encargada de las labores de verificación de los informes y cuentas anuales (entre los que se encuentra la información RSC) se localizan diferencias en la evolución de los distintos temas informativos.

En el caso de ser la encargada de la auditoría una de las 4 denominadas “grandes auditoras” se puede ver en la tabla siguiente cómo no existe cambio alguno en los comportamientos divulgativos, existiendo pequeñas variaciones sin importancia estadística. Sin embargo, como se puede ver en la tabla 112, estas entidades parecen adoptar un perfil divulgativo más cercado a las necesidades informativas de los grupos de interés externos, ocupando medioambiente y comunidad los mejores niveles de calidad informativa.

Por lo que respecta a aquellas entidades que contratan sus servicios de auditoría con empresas auditoras de menor tamaño son las que concentran de manera mayoritaria la disminución experimentada en la calidad informativa en relación a “clientes” (-0,165); por otra parte crece significativamente la preocupación por temas relacionados con la comunidad (2,92%). De esta forma, como se observa en la tabla 112, estos cambios divulgativos no hacen sino reforzar el carácter exterior del enfoque de RSC.

Tabla 111. Evolución divulgación según empresa auditora.

	Gran auditora			Resto auditoras			Diferencia
	Variación		Diferencia con IDRg	Variación		Diferencia con IDRg	
IDR Clientes	(0,121)	(11,33)%	(0,039)	(0,165)**	(16,60)%	(0,164)*	(0,044)
IDR Comunidad	(0,036)	(3,58)%	0,047	0,031***	2,92%	0,032	0,067
IDR Empleados	(0,103)	(9,78)%	(0,020)	0,067	7,26%	0,068	0,170
IDR Medioambiente	(0,071)	(5,78)%	0,011	0,062	6,09%	0,063	0,133***
IDR General	(0,083)	(7,60)%		(0,002)	(0,17)%		0,085
Agentes directos	(0,112)		(10,55)%	(0,049)		(5,16)%	
Agentes indirectos	(0,053)		(4,80)%	0,046		4,48%	

\*p<0,01; \*\*p<0,05; \*\*\*p<0,10.

Fuente: elaboración propia.

Tabla 112. Orden que ocupan categorías de contenido según su nivel divulgativo.

	Gran auditora				Resto auditoras			
	Inicial		Final		Inicial		Final	
	Puntuación	Posición	Puntuación	Posición	Puntuación	Posición	Puntuación	Posición
IDR Clientes	1,071	2	0,950	3	0,996	3	0,831	4
IDR Comunidad	1,003	4	0,967	2	1,043	1	1,073	1
IDR Empleados	1,05	3	0,947	4	0,920	4	0,986	3
IDR Medioambiente	1,228	1	1,157	1	1,012	2	1,073	1

\*p<0,01; \*\*p<0,05; \*\*\*p<0,10.

Fuente: elaboración propia.

### Evolución de los elementos de categorías de contenido en función de la existencia de un departamento dedicado a la RSC

Como se observó con anterioridad, las principales diferencias divulgativas entre los dos tipos de entidades se centraban en el ámbito de clientes; en anexo 19, se tiene que de forma concreta se encuentran localizados en “consumo ético” (-0,337), “satisfacción del cliente y calidad del servicio prestado” (-0,292) y “otra información” (-0,513).



Evolución de los elementos de categorías de contenido según la necesidad de ayuda estatal

Las entidades que han necesitado de ayuda estatal si bien no presentan variaciones agregadas, han experimentado en relación a la comunidad un incremento relacionado con los contenidos “actividad social a través de la actividad intermediadora” (0,327); así como, dentro de la categoría de empleados, un descenso en lo referente a “condiciones de contratación y despido” (-0,242).

Por su parte las entidades que no han recibido ayuda estatal presentaban disminuciones significativas en el caso de “clientes” y “medioambiente”. En el primero de los casos el descenso viene provocado por un descenso generalizado en la mayoría de los elementos de contenido del indicador, aunque principalmente está ocasionado por un descenso en “consumo ético” (-0,458), “satisfacción del cliente y calidad del servicio prestado” (-0,181) y “seguridad de los clientes y confidencialidad” (-0,139). En segundo lugar, la reducción relativa a la temática medioambiental ha venido producida principalmente por los contenidos relacionados con “medioambiente, productos y servicios” (-0,250).

Comparativamente entre ambos grupos de entidades se aprecia que la diferente evolución observada en relación al conjunto de clientes viene explicada principalmente por los elementos “consumo ético” y “seguridad de los clientes y confidencialidad”; de esta forma, mientras que para el primero de los elementos las entidades con ayuda estatal se mantienen estables en su divulgación, las entidades que no necesitan financiación del Estado ven mermada la calidad informativa en -0,461 puntos. Para el segundo, las entidades ayudadas mejoran la transparencia relacionada con la protección y seguridad del cliente (0,242 puntos), mientras que el resto lo reducen en -0,139 puntos; de esta manera parece que aquellas entidades que se han visto salpicadas más directamente por la situación de crisis económica son también las más sensibles a paliar las consecuencias adversas que esta situación tiene para sus clientes.

Por otra parte las diferencias existentes en medioambiente se deben principalmente al elemento de contenido “medioambiente, productos y servicios”.

### Evolución de los elementos de categorías de contenido según las dimensiones de la empresa auditora

En relación a los elementos de contenido que explican las diferencias en los distintos grupos de interés el anexo 19 refleja los siguientes resultados:

Por una parte las entidades que emplean grandes empresas auditoras para validar sus memorias RSC presentan un comportamiento estable en el tiempo si bien los contenidos de clientes y empleador se reducen sensiblemente. En este contexto, se observa que los contenidos de “consumo ético” experimentan una reducción significativa de -0,298 puntos, siendo esta la única excepción dentro del comportamiento general del indicador “IDR clientes” para este conjunto de entidades. De forma análoga sucede lo mismo con el indicador “empleados”; así los elementos de contenido “condiciones de contratación y despido” y “otra información” con disminuciones significativas de -0,321 y -0,269 son los contenidos donde las entidades dejan de prestar mayor atención.

#### **3.5. Evolución de las categorías por ítems de contenido.**

Otra manera de examinar las tendencias divulgativas es viendo cómo cada uno de los ítems de información concretos se ha comportado. Los ítems de contenido analizados se recogen en el anexo 19.

##### - Clientes

##### Consumo ético

El fomento del consumo ético ha sido uno de los principales temas que ha visto reducida su presencia en las memorias RSC. Esta reducción está motivada principalmente por una menor información sobre las multas recibidas por la correcta información a los clientes acerca de los productos y servicios (-47,06%), que de forma concreta disminuye en los bancos, entidades de gran y mediano tamaño, que además se encuentran internacionalizadas y no necesitan de ayudas estatales; la falta de presencia de

productos y servicios en los que se haya tenido en cuenta criterios de sostenibilidad (-44,74%), principalmente entre entidades medianas y pequeñas, con baja morosidad, dirección dual, así como entre entidades no internacionalizadas; y en relación al incumplimiento en la información comercial suministrada por la entidad (-25,64%) la disminución se produce de forma generalizada.

Por otro lado crece de manera notable (81,82%), el nivel de transparencia sobre la adhesión voluntaria a comunicaciones de marketing; principalmente en entidades con elevadas tasas de morosidad (91,67% de ellas), así como en el 100% de las entidades necesitadas de ayuda estatal. Asimismo, se puede decir que existe cierto contrasentido en torno a las intenciones de la información ya que no parece coherente que se reduzca la atención sobre resultados de desempeño, mientras aumentan las adhesiones voluntarias que fomentan el correcto comportamiento en las prácticas comerciales.

#### Satisfacción del cliente y calidad del servicio prestado

Al igual que la categoría anterior, la satisfacción de clientes pierde interés para las entidades. Principalmente esta reducción es debida a la escasa claridad sobre los métodos con los que los clientes pueden contar para hacer llegar a las entidades sus quejas y reclamaciones (-58,62%); esta reducción se produce fundamentalmente entre las entidades con una morosidad inferior a la media (solo el 7,14% de ellas lo hace frente a un 66,67%, en el caso de entidades con mayor morosidad), las que no reciben financiación estatal (un 14,29% frente a un 58,33% en aquellas otras que sí la reciben), y aquéllas que son auditadas por pequeñas empresas de auditoría (un 8,33% frente al 57,14% en el resto de entidades).

También disminuye, aunque no de forma tan clara, la definición de las políticas sobre cómo reducir las diferencias surgidas con los clientes (-19,35%). Así también, se reduce la información sobre el cumplimiento normativo en relación a las quejas y reclamaciones presentadas (-6,82%); en este sentido, las entidades no duales y sin

departamento de RSC, son menos proclives a ofrecer información relacionada con el cumplimiento de la normativa.

### Inclusión de clientes

A pesar de registrar tan solo una pequeña disminución en este tiempo, algunos de los ítems que componen el indicador presentan significativas cambios de tendencia. Empieza a aparecer reflejada información sobre medidas adoptadas en favor de clientes insolventes (+1000%), como fruto de la sensibilización de las entidades hacia los problemas con los que sus clientes se encuentran fruto de la crisis. Por otra parte aumenta en un 45,45% la calidad de la educación financiera (principalmente destaca la incorporación de esta información en el 60% de las memorias de las CC.AA., mientras que ningún banco informa de ello), como manera de que los clientes cuenten con herramientas básicas para tomar decisiones financieras; por esta razón, son cada vez más las entidades las que incorporan la “alfabetización financiera” como parte de su responsabilidad con el cliente, adhiriéndose a este compromiso que surge de la iniciativa conjunta lanzada por la OCDE, la Comisión Europea y distintas instituciones nacionales e internacionales.

En el lado contrario se encuentran la evidente falta de datos sobre las vías de acceso alternativas a la ofrecida a través de la oficina convencional (-43,75%), cuya información escasea entre las entidades con bajo nivel de morosidad (solo un 35,71% informa), así como entre las entidades no internacionalizadas (solo un tercio de ellas ofrece información); de este modo, se observa que las entidades no están siguiendo las recomendaciones que recoge el informe Aldama (2003) con el fin de ofrecer posibilidades alternativas a las tradicionales. Estas recomendaciones tienen como objetivo la necesidad de emplear los mecanismos que las nuevas tecnologías ponen a disposición de las entidades de crédito para el desarrollo de la sociedad de la información y la eliminación de barreras de acceso a los servicios financieros.

Por otra parte, se ve reducida la preocupación por la inclusión financiera de colectivos desfavorecidos (-31,25%), debido principalmente a su poca incorporación en memorias de entidades con baja morosidad, no internacionalizadas y auditadas por pequeñas empresas de auditoría.

- Comunidad

Actividades de apoyo a la comunidad local

En este tiempo ha disminuido la importancia que tiene la atención a el conjunto de actividades que las entidades promueven y su contribución general en favor del entorno inmediato donde estas desarrollan su actividad; a pesar de todo mantienen el nivel divulgativo más elevado (1,377) del conjunto de elementos que componen el índice de comunidad. La disminución principal se encuentra localizada en la aportación de la empresa al entorno local en forma de empleos y salarios (-38,10%), seguida del apoyo prestado a pymes y proveedores (-20%). En relación al primero de estos ítem, la falta de transparencia se concentra en los bancos (solo un tercio informa), entidades con una dirección unificada (un 46,15% ofrece información, cuando las entidades duales la ofrecen en el 84,62% de los casos), cuando existe un departamento de RSC (46,15% de los casos), así como cuando las memorias son verificadas por grandes auditoras (en el 50% de las ocasiones se informa).

Cumplimiento de la legislación, corrupción y competencia

Destacar en este apartado la importante falta de información sobre infracciones legales en relación a situaciones de corrupción (-38,46%), así como de información relacionada con “competencia desleal y libre competencia” (-25%). En relación a las situaciones de corrupción, se puede observar que la transparencia informativa es particularmente reducida en entidades con reducidos niveles de morosidad y no internacionalizadas (solo el 21,43% y el 45,45% respectivamente lo hacen).

Este cambio puede ser interpretado como respuesta a una necesidad por parte de las entidades por ocultar prácticas poco claras que van contra las reglas de mercado.

### Política pública

Disminuye un 26,32% la calidad de la información sobre financiación a partidos políticos, siendo a la vez el ítem menos transparente en relación a la política pública (tan solo alcanza una puntuación de 0,609 puntos). De este modo, solo 42,86% de las entidades aporta algún tipo de dato sobre su relación con los partidos políticos.

### Actividad social a través de la actividad intermediadora

Dentro de los contenidos sociales, el impacto indirecto de las actividades de la entidad es el único que aumenta en calidad, sin embargo su valor sigue siendo reducido en comparación con el resto. Concretamente lo hace a través del aumento en la exigencia de unos requisitos sociales mínimos en la aceptación de operaciones (+83,33%); a pesar de ello la información suministrada es poco clara pues solo en un 19,2% de las ocasiones se ofrece información cuantitativa sobre la aplicación de criterios, siendo en la mayoría de los casos criterios generales a veces algo ambiguos. Destaca también la contabilización de activos sometidos a controles sociales, más allá de la aplicación de criterios sociales en la aceptación de las operaciones (+75%); en este caso merece la pena resaltar, cómo de manera destacada, son las entidades que han requerido de ayudas estatales por sus problemas de solvencia, las que a la misma vez más han informado acerca del control ejercido durante toda la vida de los créditos concedidos (66,67% informaban sobre ello, frente al 7,14% del resto de entidades).

### - Empleados

#### Relaciones empresa / trabajador

Dentro de las relaciones que se establecen entre el trabajador y la empresa se observa que se deja de informar de forma general en las memorias sobre la libertad de asociación y los derechos de negociación de los trabajadores (-36,36%). De este modo,

mientras en inicialmente el 87% de las entidades informaba sobre esta cuestión, en 2010 solo la mitad lo hacía; más concretamente esta reducción se manifiesta en el caso de entidades con una dirección de carácter no dual, ya que en este caso la información es revelada en el 38,46% de los casos, frente a un 76,92% de las entidades duales.

### Salud y seguridad

En relación con este conjunto de indicadores, se observa que si bien el conjunto de ítems que recogen el desempeño realizado por la entidad experimentan escasa variación, destacando asimismo la “representación de trabajadores en comités de seguridad y salud” (-23,33%) y la “evaluación / identificación de riesgos” (-25%). En cuanto a la representación de los trabajadores, el suministro de información es bastante reducido en el caso de grandes entidades (14,29%), entidades no duales (38,46%), así como en el caso del empleo de grandes empresas de auditoría (42,86%).

Por otra parte, las entidades realizan un esfuerzo por informar de manera general acerca de sus políticas y programas de salud y seguridad (+27,78%); principalmente este mayor esfuerzo se manifiesta en las entidades de carácter social, las cuales informan en el 95% de los casos. Esta situación pone de relieve una falta de conexión entre la definición de programas y políticas, con la puesta en práctica de las medidas de salud y seguridad expuestas previamente.

### Condiciones de contratación y despido

Esta categoría de contenido junto con “otra información” es la que presenta las mayores variaciones en relación a la información sobre empleados. De manera general prácticamente todos los ítems ven reducida su calidad. Principalmente el ítem “rotaciones” (-18,18%), que a pesar de todo sigue siendo el más divulgado debido en gran parte a la facilidad para su cálculo; son concretamente en grandes entidades y entidades auditadas por grandes compañías las que registran una menor transparencia (57,14% y 71,43% respectivamente). Esta reducción de información, se encuentra principalmente ocasionada, no tanto por un descenso en el número de entidades (solo

un 9,77% menos de ellas lo hace), sino más bien por un descenso en la calidad (de 1,913 a 1,565 puntos); de este modo se interpreta una posible ocultación de datos específicos (cuantificables) sobre un incremento del número de despidos ocasionados por la crisis que atraviesa el sector en estos años.

Le siguen “contratación a través de prácticas profesionales” así como “pérdida y creación de empleo neta”.

### Otra información

En estos años se ha identificado en relación a los recursos humanos contenidos informativos incipientes como la “política de adaptación al cambio estructural del sector” En relación a esta, las entidades hacen referencia a cómo gestionar la adaptación al nuevo escenario al que se enfrenta el sector teniendo en cuenta las consecuencias que ello conlleva para los empleados, principalmente en términos de gestión de puestos y funciones.

### - Medioambiente

#### Emisiones, vertidos y residuos e impactos en los ecosistemas

En estos años y como resultado de la aplicación de indicadores sectoriales específicos para la medición del impacto de la actividad sectorial concreta, ha crecido (+400%) la contabilización de emisiones de viajes y logística. Este tipo de impactos no eran recogidos previamente y aunque en crecimiento el número de entidades que la incluyen es aún escaso (28,57%). Por otro lado, a pesar de su reducción (-11,63%), la información sobre las emisiones contaminantes derivadas de la actividad interna de las entidades sigue siendo la más divulgada con un 85,71% de entidades.



### 3.6. Resumen y resultado de hipótesis

De modo general se puede afirmar que la hipótesis 5 se rechaza, ya que no se observa una evolución del indicador IDRg, que se mantiene invariable a lo largo del periodo analizado. Además atendiendo a cada uno de las categorías informativas, la transparencia se mantiene e incluso se localiza una disminución con respecto a IDRc.

Sin embargo, a pesar de la falta de evolución hacia una mayor transparencia, en determinados elementos de categorías de contenido se identifica un aumento de la calidad:

- Dentro de IDRc1 (consumo ético) se localiza un importante incremento de la transparencia en relación a IDRc13 (adhesión a estándares y códigos voluntarios relativos a comunicaciones de marketing).
- IDRs6 (actividad social a través de la actividad intermediadora).
- IDRh7 (otra información).

Si bien no se han apreciado diferencias generalizadas, estas se concentran en ciertas entidades; de este modo se tiene que:

- La mejora de la información sobre la comunidad se evidencia en EE.FF.D. de gran tamaño, con un nivel de morosidad inferior a la media, con una dirección unificada en una sola persona y por aquellas entidades auditadas por pequeñas compañías.
- Por otra parte la mejora de la transparencia en temas medioambientales se produce fundamentalmente en entidades de pequeño tamaño, aquellas con una dirección dual y las no internacionalizadas.

Con respecto a la hipótesis 5.1. no parece que las entidades aumenten su preocupación por informar acerca de los problemas sociales relativos a la comunidad, manteniéndose en este periodo la prioridad sobre los contenidos medioambientales.

Finalmente por lo que respecta a la hipótesis 6 esta queda rechazada, ya que a diferencia de lo que afirma Muñoz *et al.* (2004) la información sobre los impactos externos a la actividad, donde reside la esencia de la responsabilidad por la labor intermediadora de las entidades, no experimenta ninguna variación. De este modo, el resultado está en consonancia con el resultado de la hipótesis 4 (en promedio, en el periodo analizado, los impactos directos reciben una mayor atención informativa); por tanto, se encuentra que las EE.FF.D. siguen sin preocuparse por los aspectos más importantes de su labor dentro de la sociedad.

#### 4. CARACTERIZACIÓN DE LAS ENTIDADES Y PERFILES DIVULGATIVOS

Tras el análisis de las tendencias generales en cuanto a la divulgación de contenidos, en este apartado se realiza una tipificación de las EE.FF.D. españolas de acuerdo a su perfil de responsabilidad. De este modo se da respuesta a la segunda de las preguntas de investigación, referente a la existencia de perfiles diferenciados de entidades, en relación a la mayor o menor sensibilidad hacia la RSC, así como a la importancia otorgada a los distintos contenidos informativos. De este modo se pretende cumplir una doble misión: por un lado identificar diferencias significativas entre grupos de entidades, y por otro examinar cuáles son las características más destacadas en cada grupo (naturaleza jurídica, tamaño, etc.).

Para llevar a la práctica este análisis se hace uso del método clúster sobre los distintos IDR calculados anteriormente; de este modo se observa cada uno de los cuatro contenidos informativos principales, con el fin de agrupar a las EE.FF.D. con el mayor nivel de homogeneidad interna posible, a la vez que se muestre la máxima heterogeneidad entre los diferentes grupos. Posteriormente, tras la identificación de los diferentes conjuntos de entidades, se comprueba por medio del análisis de la varianza

(anova), la existencia de diferencias significativas entre los grupos. Finalmente se tratará el perfil característico de cada conjunto de entidades.

Como se puede observar a partir de los resultados de la tabla siguiente, en ella se informa de los centros de conglomerados finales pertenecientes a cada clúster en relación a cada conjunto de grupos de interés; a partir de estos datos se podrán identificar las características más destacadas de las entidades que conforman cada grupo.

Tabla 113. Clústeres de entidades y valoración por grupos de interés.

Clúster	C1	C2	C3	
	Valoración de grupos de interés			Sig. Anova
Cientes	1,053	0,934	0,795	0,020
Comunidad	1,266	0,914	0,798	0,000
Empleados	1,057	1,003	0,921	0,384
Medioambiente	1,263	1,108	0,673	0,000
IDRg por clúster (1)	1,159	0,996	0,797	
IDRg <sup>111</sup> (2)	1,048			
Diferencia (1-2)	0,111*	(0,052)	(0,251)*	
	>IDRg	=IDRg	<IDRg	

\*p<0,01; \*\*p<0,05; \*\*\*p<0,10.

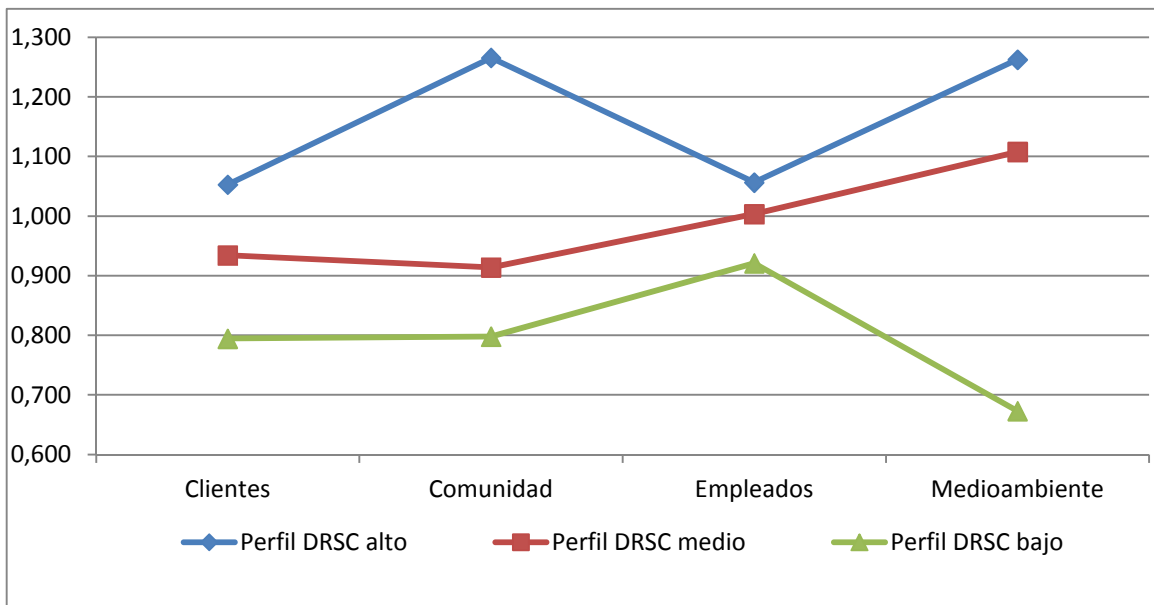
Fuente: elaboración propia.

<sup>111</sup> Adaptado a las 24 entidades que componen el análisis clúster.

A través de la aplicación de esta técnica se encuentran tres conglomerados o grupos de EE.FF.D., los cuales presentan diferencias significativas entre los tres clústeres de EE.FF.D. identificados, en tres de las cuatro categorías de contenido tenidas en cuenta.

A partir de las diferencias mostradas entre grupos a partir de las variables de clusterización, es decir, la importancia relativa de los distintos grupos de interés, se ha denominado cada uno de los clúster en relación al perfil o nivel de DRSC mostrado, así se tiene: entidades con perfil de DRSC alta en el caso del primer clúster, entidades con perfil de DRSC medio en el segundo de los casos y entidades con perfil de DRSC bajo en el clúster 3. Las diferencias entre estos grupos, representadas de forma visual en el gráfico 15, poseen las peculiaridades que a continuación siguen.

Gráfico 15. Valoración de los grupos de interés en función del clúster.



Fuente: elaboración propia.

La tabla siguiente a su vez, completa la anterior; así, a partir de los grupos en los que han quedado divididas las EE.FF. previamente, se va a resumir la caracterización de cada uno de los subconjuntos atendiendo a las distintas características de las entidades.

Tabla 114. Características de las EE.FF.D. en función de su clúster de pertenencia.

Clúster	C1	C2	C3	Sig. Anova
24 EE.FF.D.	10	12	2	
<b>Tipo de entidad</b>				
Bancos	20%	80%	0%	0,023
Cajas	53,33%	46,66%	0%	
Cooperativas de crédito	25%	25%	50%	
<b>Tamaño</b>				
Grande	33,33%	66,66%	0%	0,082
Medio	33,33%	66,66%	0%	
Pequeño	55,55%	22,22%	22,22%	
Depósitos de clientes	25.150,30	65.283,42	3.000,50	
<b>Internacionalización</b>				
Si	30,00%	58,33%	0,00%	0,205
No	70,00%	41,67%	100,00%	
ROE	9,23%	9,45%	19,21%	0,061
ROA	0,64%	0,61%	0,44%	0,515
Endeudamiento	92,79%	93,82%	91,03%	0,136
<b>Morosidad</b>				
< Media	40,00%	58,33%	100,00%	0,302
> Media	60,00%	41,67%	0,00%	
Ratio de eficiencia	40,97%	46,96%	61,00%	0,086
Ratio de estructura	6,15%	5,96%	2,85%	0,542
Tamaño del Consejo de	17,8	17,4	13,5	0,354

#### Capítulo 4: Análisis de resultados

Administración				
Dualidad Consejo / Dirección				
Si	60,00%	50,00%	50,00%	0,902
No	40,00%	50,00%	50,00%	
Consejeros independientes (%)	56,81%	51,11%	59,17%	0,717
Paridad del Consejo de Administración				
< Media	10,00%	41,67%	100,00%	0,030
> Media	90,00%	58,33%	0,00%	
Departamento RSC				
Si	60,00%	58,33%	0,00%	0,302
No	40,00%	41,67%	100,00%	
Años desde la creación de la entidad	105,6	133,2	53,0	0,182
Nº informes RSC publicados	6,6	6,3	3,0	0,065
Necesidad de Ayuda estatal				
Si	80%	25%	0%	0,010
No	20%	75%	100%	
Empresa encargada auditoría				
Grande	40%	83,33%	0%	0,023
Otras	60%	16,67%	100%	

Fuente: elaboración propia.

De acuerdo con los datos ofrecidos por la tabla anterior, de entre todas las características de las entidades comparadas, existen algunas de ellas a partir de las cuales se puede inferir la existencia de un perfil de entidad concreto relacionado con cada perfil de comportamiento. Así variables como son la naturaleza jurídica de la entidad, el tamaño, la rentabilidad del capital (ROE), la eficiencia en la obtención de los

beneficios (ratio de eficiencia), el grado de paridad en el consejo de administración, el número de informes RSC publicados, la necesidad de ayuda estatal y la empresa encargada de realizar la auditoría de las cuentas de la entidad.

Asimismo, el clúster con perfil divulgativo alto es aquel que posee una mayor calidad informativa (por encima de la media y del valor mínimo de 1) en relación a todos los grupos de interés; esta calidad en la información, se puede identificar con un compromiso voluntario por la responsabilidad. Principalmente destaca en los ámbitos de responsabilidad relacionados con los agentes con los que las entidades mantienen una relación indirecta con respecto a la actividad natural de la entidad, tanto Comunidad como Medioambiente (1,266 y 1,263 respectivamente). Este grupo de entidades se caracteriza por estar formado en su mayor parte por CC.AA. (más de la mitad de las mismas se ubican en este grupo), predominando además aquellas entidades de pequeño tamaño (el 55,55% del total); a su vez son entidades muy eficientes en la generación de beneficios (por cada euro de beneficio obtenido ha sido necesario invertir solamente 0,41 céntimos); estas además presentan en un 90% de las entidades una presencia femenina superior a la media, a pesar de no llegar a representar diferencias significativas, el perfil divulgativo alto presenta en relación a la estructura de gobierno corporativo el mayor porcentaje de entidades con un reparto de las labores de dirección entre el presidente y el consejo de administración, así como el número más elevado de miembros en el consejo de administración; destacan por su experiencia a la hora de elaborar informes RSC con una media de 6,6 años, lo que ha podido servir como factor experiencia en la publicación de memorias en años sucesivos; por otro lado es llamativo que sean las entidades con un mayor porcentaje entre ellas de entidades que han necesitado de la intervención estatal para garantizar su viabilidad económico-financiera; y finalmente destacan por ser entidades que recurren a pequeñas compañías auditoras en su mayoría (60%).

El grupo 2, perfil divulgativo medio, se caracteriza por una calidad informativa en torno a la media general y al valor 1 que considera la información publicada de tipo cualitativo

y con un valor mínimo para ser considerada información de calidad dentro de la escala predefinida; este grupo se puede identificar con aquellas entidades que muestran síntomas de intentar cumplir con los requisitos mínimos exigidos para que sus memorias sean contrastadas por terceros y obtener así el reconocimiento público, siendo la motivación de su divulgación más una obligación legal y no tanto ofrecer un verdadero compromiso voluntario por la responsabilidad. Destacan sobre todo en los contenidos relacionados con Empleados y Medioambiente con una puntuación superior a 1 (1,003 y 1,108 respectivamente). Este grupo está compuesto por una presencia mayoritaria de Bancos, seguida a distancia por CC.AA.; en cuanto al tamaño predominan tanto las de tamaño grande como medio, siendo este el conjunto de entidades que concentra mayor volumen de créditos de media por entidad (65.283,42 millones de euros); por otro lado se caracterizan por ser las EE.FF.D. con mayor porcentaje de presencia internacional (58,33%), así como una mayor antigüedad desde la creación de las entidades; finalmente este grupo destaca por estar en su mayor parte auditadas por grandes compañías (80%).

Finalmente, el grupo 3 está formado por aquellas entidades con un nivel de DRSC bajo comparativamente en todos los contenidos, muy por debajo de la media general. A diferencia del resto de grupos, su principal eje divulgativo es el relacionado con los Empleados mientras que la preocupación por los temas Medioambientales adquiere un valor residual, no encontrándose por tanto este tema entre sus prioridades. Está compuesto en su totalidad por CC.CC. de pequeño tamaño (los depósitos medios de clientes son de 3.000,50 millones de euros); así también este conjunto destaca por el elevado grado de rentabilidad de sus recursos propios (19,21%), sin embargo la eficiencia en la obtención de recursos es baja si la comparamos con el resto (por cada euro generado se necesitan 0,61 céntimos en inversión); en cuanto a la estructura del gobierno corporativo, las entidades de bajo perfil divulgativo destacan por la escasa presencia de mujeres en los órganos encargados de la toma de decisiones; son además entidades no internacionalizadas, ninguna de ellas posee oficinas fuera de España; a su vez estas entidades destacan por no poseer una parte concreta de su organigrama



dedicada a labores de sostenibilidad, tener una edad media menor y una media de informes publicados, que de media son la mitad que en el resto de grupos; son entidades que no han necesitado de ayuda estatal y sus cuentas son verificadas por pequeñas empresas de auditoría. La principal implicación en este tercer grupo se encuentra en que, tomando en consideración la información en su conjunto, las memorias publicadas no alcanzan la valoración mínima necesaria para alcanzar una utilidad y valor divulgativo fruto posiblemente atribuible a sus reducidas dimensiones y posibilidades para afrontar el coste de auditar su propia actividad social.

Así, las características que mejor definen cada grupo de entidades se resumen en la tabla siguiente para construir el perfil de entidad atendiendo a su nivel de compromiso con la divulgación de su responsabilidad.

Tabla 115. Perfil de entidades para cada nivel divulgativo.

	C1	C2	C3
	Nivel divulgativo alto	Nivel divulgativo medio	Nivel divulgativo bajo
Naturaleza Jurídica	CC.AA.	Bancos	CC.CC.
Tamaño	Mediano/Grande	Grande	Pequeño
Rentabilidad capital	Baja	Baja	Alta
Eficiencia	Alta	Alta	Baja
Paridad consejo de administración	Superior a la media	Superior a la media	Inferior a la media
Internacionalización	Baja	Alta	Nula
Informes RSC publicados	7	6	3
Ayuda estatal	Alta	Baja	Nula
Empresa encargada de la auditoría	Ambos	Grandes	Pequeña

Fuente: elaboración propia.

#### 4.1. Análisis clúster, caracterización en función de los componentes de cada índice de contenido

Una vez comprobada la existencia de conjuntos homogéneos de entidades en relación a sus comportamientos divulgativos, se trata ahora de determinar si estas diferencias son a su vez homogéneas en relación a todos los elementos informativos que componen cada grupo de interés o si bien las diferencias se concentran en alguna temática concreta. De acuerdo a la tabla siguiente, se observa que los tres perfiles divulgativos se cumplen solo para alguna categoría de contenido.

Tabla 116. Valoración de elementos de contenido según su perfil divulgativo.

Clúster	C1	C2	C3	Sig. Anova
IDRc1	1,178	0,851	0,958	0
IDRc2	1,154	1,241	0,639	0,032
IDRc3	1,042	0,845	0,833	0,411
IDRc4	0,980	0,942	0,933	0,966
IDRc5	0,750	0,698	0,500	0,505
IDRS1	1,055	0,874	0,867	0,073
IDRS2	1,642	1,348	0,972	0,003
IDRS3	1,050	0,718	1,000	0,102
IDRS4	1,450	0,924	1,267	0,002
IDRS5	1,388	0,847	0,792	0,014
IDRS6	0,890	0,647	0,100	0,018
IDRh1	1,075	1,174	0,722	0,129
IDRh2	1,028	0,848	0,926	0,198
IDRh3	1,308	1,435	1,083	0,35
IDRh4	0,779	0,906	0,972	0,46
IDRh5	0,942	0,949	1,083	0,824
IDRh6	1,600	1,443	1,367	0,334
IDRh7	0,625	0,392	0,083	0,09
IDRe1	0,983	0,826	0,389	0,029
IDRe2	1,740	1,614	1,200	0,026
IDRe3	1,400	1,218	0,933	0,103
IDRe4	1,275	1,108	0,733	0,016
IDRe5	0,970	0,829	0,167	0,029

Fuente: elaboración propia.

De manera general, el patrón de comportamiento de cada grupo de entidades con respecto a los grupos de interés se reproducen prácticamente de manera similar en relación a casi todos los elementos temáticos de cada categoría de contenido. De esta manera las diferencias más significativas se centran sobre todo en los contenidos referidos a Comunidad y Medioambiente.

La única excepción, se encuentra en relación a los contenidos referentes a IDRh; como se vio previamente este índice no presenta diferencias significativas entre los clústeres de entidades, esto se confirma al analizar cada uno de los componentes que forman dicho índice ya que atendiendo a este nivel de desagregación, por una lado, no existe un patrón de comportamiento concreto (como si ocurre con en las otras 3 categorías, donde por lo general el clúster 1 presenta los mayores niveles de divulgación para cada contenido y así sucesivamente con los demás), ni diferencias significativas entre el comportamiento de los distintos grupos.

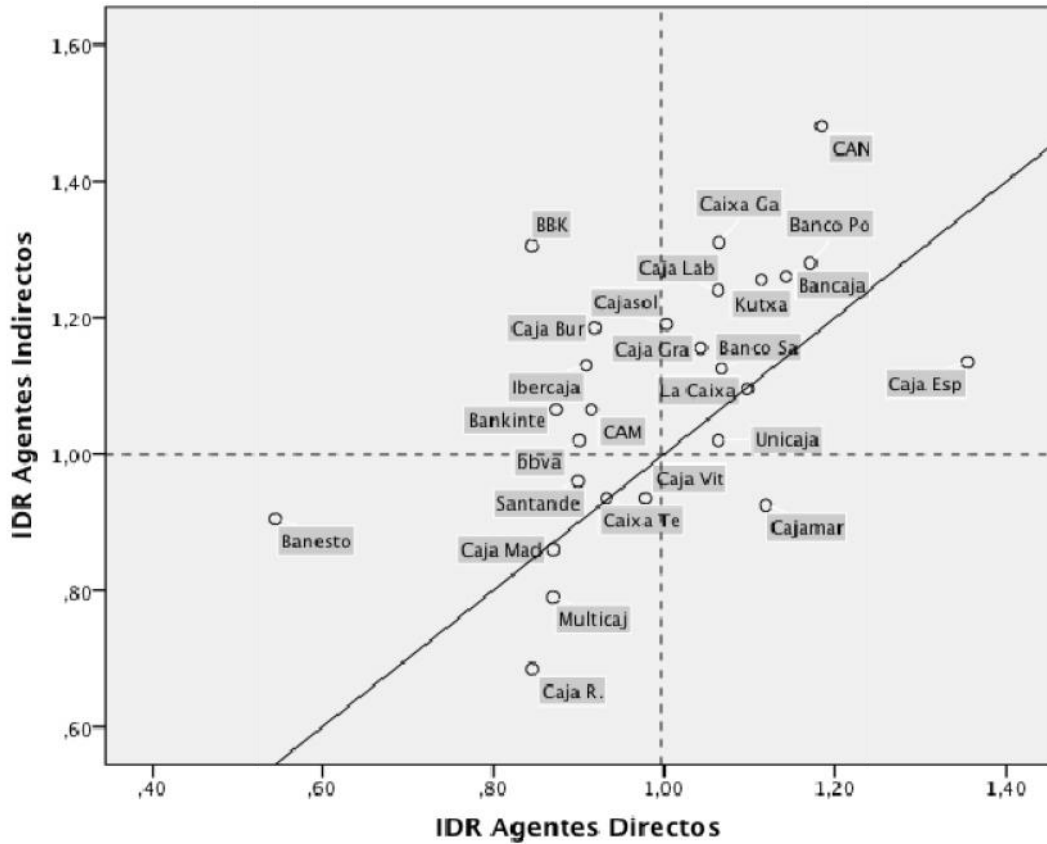
En conclusión, se puede afirmar que existen conjuntos de entidades con diferentes comportamientos divulgativos atendiendo al nivel medio de divulgación sobre cada uno de los grupos de interés considerados; siguiendo a Capó (2010) se acepta la hipótesis de la existencia de tres perfiles de comportamiento atendiendo al grado de integración de responsabilidad social, existiendo un perfil alto, medio y bajo en relación a todos los grupos considerados. Pensamos, a la vista de los resultados alcanzados, que cuanto mayor es el nivel de transparencia informativa mayor es el crecimiento del compromiso con los diferentes *stakeholders*, especialmente con comunidad y medioambiente, identificándose en el caso del perfil divulgativo alto el desarrollo de comportamientos voluntarios en estos ámbitos en mayor medida que para los grupos de interés con quienes mantienen una relación contractual explícita y directa con la entidad (clientes y empleados).

## **4.2. Tipificación del enfoque de responsabilidad de las entidades**

Si previamente se han agrupado las EE.FF.D. en función del grado de integración de RSC, permitiendo mostrar la existencia de tres comportamientos divulgativos diferenciados entre grupos de entidades atendiendo a la calidad de la información proporcionada en sus memorias (alta, media y baja). Como paso siguiente, se va a profundizar en el análisis y se va a tratar de caracterizar a las entidades en función del grado de compromiso tanto con los agentes Directos (Clientes y Empleados) como con los agentes Indirectos (Comunidad y Medioambiente); en esta parte del análisis clúster se va a hacer énfasis en examinar si existen distintos enfoques de responsabilidad como así afirma Seguí (2010) el cual exponía la existencia de distintos grupos de EE.FF.D. con comportamientos enfocados principalmente a grupos de interés internos o bien a grupos de interés externos.

De acuerdo a este criterio, como se observa en el gráfico siguiente, se detecta la posible existencia de tres grupos definidos de entidades según su enfoque su responsabilidad hacia los intereses de sus grupos más próximos, o bien, más alejados.

Gráfico 16. Relación IDR Agentes Directos – Agentes Indirectos.



Fuente: elaboración propia.

Para justificar la afirmación previa, en la tabla 117 se informa de los centros de conglomerados finales pertenecientes a cada clúster en función de si se informa sobre Agentes Directos o Indirectos; siguiendo estos datos, posteriormente se podrían definir las características de cada conjunto.

Tabla 117. Clústeres de entidades y valoración por grupos de interés.

Clúster	C1	C2	C3
Agentes Directos (1)	1,018	0,969	1,106
Agentes Indirectos (2)	1,181	0,939	0,915
Diferencia (1-2)	(0,164)*	0,029	0,191*
	IDR Directa < IDR Indirecta	IDR Directa = IDR Indirecta	IDR Directa > IDR Indirecta

\*p<0,01; \*\*p<0,05; \*\*\*p<0,10.

Fuente: elaboración propia.

Capítulo 4: Análisis de resultados

De la tabla 118 se desprende que tan solo la naturaleza jurídica de las entidades y la experiencia acumulada en la publicación de informes RSC, parecen establecer diferencias significativas entre los distintos comportamientos divulgativos.

Tabla 118. Características de las EE.FF.D. según su comportamiento de acuerdo a IDR Directos e Indirectos.

Clúster	C1	C2	C3	Sig. Anova
24 EE.FF.D.	15	6	3	
Tipo de entidad				
Bancos	100%	0%	0%	0,031
Cajas	60%	33,33%	6,67%	
Cooperativas de crédito	25%	25%	50%	
Tamaño				
Grande	33,33%	66,66%	0%	0,571
Medio	33,33%	66,66%	0%	
Pequeño	55,55%	22,22%	22,22%	
Depósitos de clientes	47.730,40	46.885,83	13.547,33	
ROE	10,40%	11,76%	6,07%	0,383
ROA	0,63%	0,53%	0,51%	0,493
Endeudamiento	93,75%	92,85%	92,84%	0,555
Morosidad				
< Media	46,67%	66,67%	33,33%	0,62
> Media	53,33%	33,33%	66,67%	
Ratio de eficiencia	42,36	51,86	50,40	0,214
Ratio de estructura	5,84%	5,36%	3,02%	0,473
Tamaño del Consejo de Administración	17,1	18,7	15,0	0,407
Dualidad Consejo / Dirección				
Si	46,67%	50,00%	66,67%	0,838
No	53,33%	50,00%	33,33%	
Consejeros independientes (%)	55,63%	53,74%	51,55%	0,934
Paridad del Consejo de Administración				
< Media	26,67%	33,33%	66,67%	0,441
> Media	73,33%	66,67%	33,33%	
Internacionalización				
Si	46,67%	50,00%	0,00%	0,32
No	53,33%	50,00%	100,00%	
Departamento RSC				
Si	66,67%	16,67%	33,33%	0,103
No	33,33%	83,33%	66,67%	
Años desde la creación de la entidad	111,1	151,8	67,7	0,122
Nº informes RSC publicados	6,9	5,0	3,7	0,005

Necesidad de Ayuda estatal				
Si	53,33%	33,33%	33,33%	0,668
No	46,67%	66,67%	66,67%	
Empresa encargada auditoría				
Grande	66,67%	50,00%	33,33%	0,539
Otras	33,33%	50,00%	66,67%	

Fuente: elaboración propia.

Tras la aplicación del análisis clúster se encuentra que existen 3 grupos de EE.FF:

El clúster 1, que se encuentra formado por más de la mitad de las entidades estudiadas, muestra de manera significativa una propensión a informar en mayor detalle sobre los agentes indirectos, estableciéndose un enfoque arbitrario a favor de la Comunidad y Medioambiente. Este grupo se caracteriza por albergar el 100% de los bancos, así como gran parte de las CC.AA., por otro lado la experiencia acumulada es elevada con cerca de 7 años publicando memorias, muy por encima del resto de grupos; aunque no destacan de manera significativa la paridad en el consejo de administración es reducida, solo el 26,67% de las entidades posee en su consejo un número de mujeres superior a la media; sin embargo destacan por poseer la mayoría de estas un departamento propio encargado de las labores responsabilidad, así como tener sus cuentas auditadas por grandes firmas dedicadas al control de cuentas.

El clúster 2 es el segundo en tamaño, los datos de la tabla 117 muestran que estas entidades no ofrecen diferencias en el modo en que se dirigen a sus grupos de interés tratando de satisfacer las necesidades informativas de manera homogénea. Este grupo está formado exclusivamente por CC.AA. y CC.CC.; son además entidades con un reducido grado de morosidad (el 66,67%, se encuentra por debajo de la media) así como un elevado grado de paridad en sus consejos de administración (un 66,67% de las entidades se sitúan por encima de la media); por otra parte no abundan departamentos encargados de las políticas de responsabilidad (solo el 16,67% de las EE.FF.D. posee uno).

Finalmente el clúster 3, el más reducido de todos, muestra una significativa diferencia a favor de la calidad informativa ofrecida sobre los grupos de interés con una relación directa con la actividad habitual de la entidad. Son entidades de carácter social, CC.CC. principalmente; destacan además por sus reducidas dimensiones (el conjunto de depósitos de clientes gestionados es de media de 13.547,33 millones de euros), por otra parte destacan por su reducida exposición al riesgo; en cuanto al consejo de administración, el tamaño de su consejo de administración es menor, así como el porcentaje de consejeros independientes y el nivel de paridad; sin embargo, en el lado positivo existe un mayor porcentaje de entidades con un reparto de las funciones de dirección. Por lo que se refiere a otras características, destacan por tener menor experiencia en la elaboración de memorias RSC (tan solo 3 de media), no necesitar de ayuda estatal para afrontar los problemas del sector y por las reducidas dimensiones de las empresas de auditoría.

### **4.3. Caracterización de entidades por la tendencia temporal seguida**

En este apartado se trata de analizar cuál ha sido el comportamiento divulgativo de las entidades con respecto a su enfoque de responsabilidad a lo largo del período que comprende el estudio; para ello se compara la calidad informativa respecto a los agentes directos e indirectos entre el momento inicial y final del período 2007 - 2010. De este modo se trata de identificar distintos perfiles de comportamiento en relación a estas dos variables y de verificar la existencia de características propias a cada conjunto, o si por lo contrario existe un comportamiento conjunto y no diferenciado del sector.

Para ver cuál ha sido la evolución de las entidades, en primer lugar es necesario examinar el comportamiento conjunto; para ello se comparan las medias divulgativas para cada IDR. La tabla siguiente muestra que la tendencia general en estos últimos años es la de mantener el grado de información sobre sociedad y medioambiente, mientras que se ha reducido la atención prestada a los intereses de clientes y empleados, quedando la calidad media por debajo de 1.



Tabla 119. Comparación evolución temporal de medias entre IDR Directo – IDR Indirecto.

	Media	N	Desviación típ.	Error típ. de la media	Diferencia	t	Sig.
IDR_directos_inicial	1,016	23	0,222	0,046	0,085	1,835	0,08
IDR_directos_final	0,931	23	0,181	0,038			
IDR_indirectos_inicial	1,077	23	0,179	0,037	0,010	0,288	0,776
IDR_indirectos_final	1,067	23	0,200	0,042			

Fuente: elaboración propia.

A continuación se muestra el resultado de aplicar el método clúster a la variación de medias de divulgación; mediante dicha comparación se pueden identificar varios los comportamientos divulgativos dentro de la tendencia general identificada previamente.

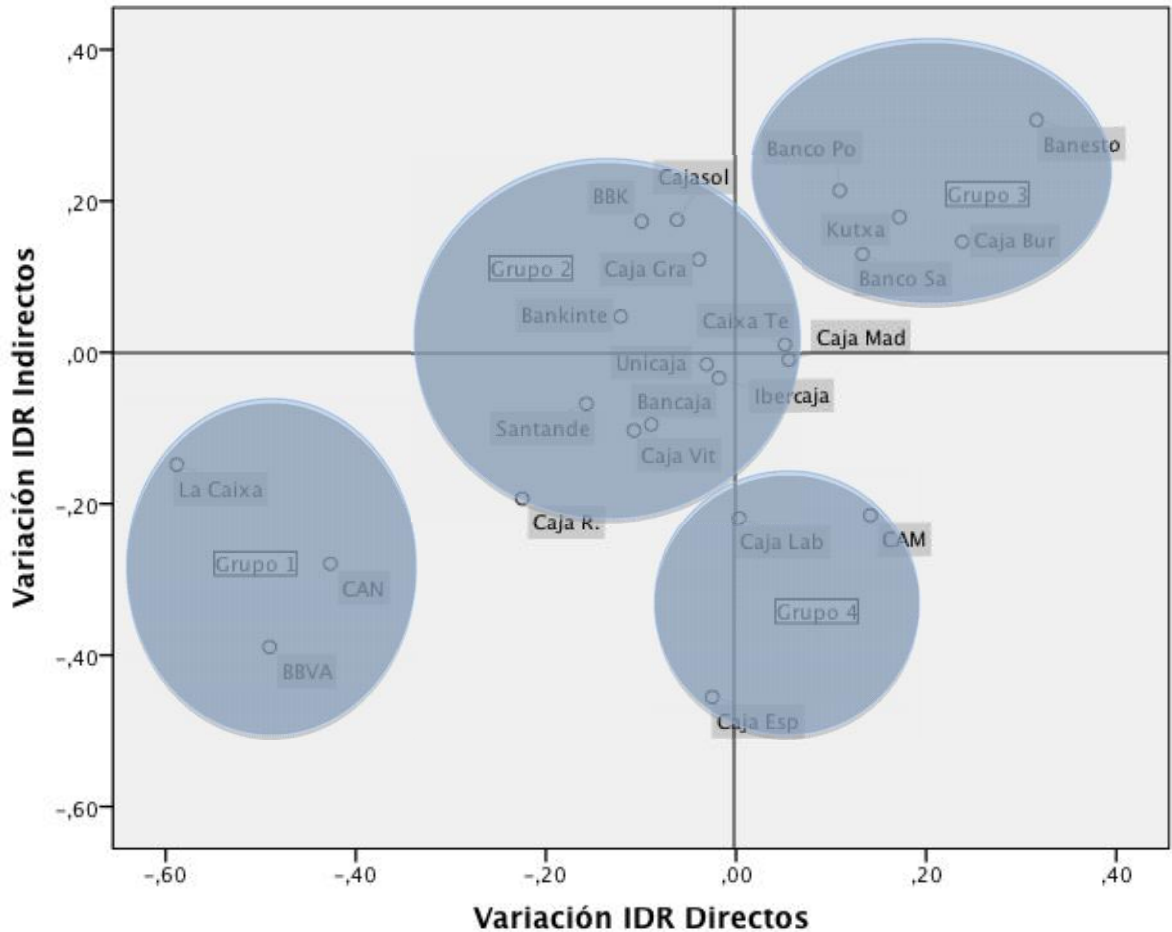
Tabla 120. Clústeres de entidades y valoración por grupos de interés.

Clúster	C1	C2	C3	C4
23 EE.FF.D.	3	12	5	3
Agentes Directos (1)	-0,503	-0,071	0,194	0,039
Agentes Indirectos (2)	-0,272	0,002	0,196	-0,296
Diferencia (1-2)	-0,231	-0,073**	-0,002	0,335**
Perfil	↓ IDR Directos	↓ IDR Directos	↑ IDR Directos	= IDR Directos
	↓ IDR Indirectos	= IDR Indirectos	↑ IDR Indirectos	↓ IDR Indirectos

\*p<0,01; \*\*p<0,05; \*\*\*p<0,10.

Fuente: elaboración propia.

Gráfico 17. Evolución temporal del comportamiento divulgativo por clústeres.



Fuente: elaboración propia.

- Grupo 1: Formado por un 13,04% de entidades, durante este período han reducido por igual el nivel de información de manera indistinta y significativa en relación tanto a grupos de interés con relación directa e indirecta con la actividad de la entidad.
- Grupo 2: formado por el 52,17% del total, las diferencias de medias entre las variaciones producidas en este período indican que estas entidades han mantenido el nivel informativo sobre sus agentes indirectos, mientras han reducido de manera sensible (-0,071 puntos) su interés por clientes y empleados.

- Grupo 3: lo forman el 21,74% de las entidades, en relación a este grupo no existen diferencias significativas en la evolución del trato dado a los dos conjuntos de indicadores. Se muestra que es significativo en este periodo el crecimiento experimentado tanto en uno como en otro segmento de indicadores.
- Grupo 4: es junto al primero el grupo menos numeroso, tan solo significa el 13,04%, de media mantiene el compromiso informativo con los agentes directos, sin embargo registra un descenso destacado en la atención hacia temas sociales y medioambientales.
- Se puede decir que cerca de dos de cada tres entidades (65,21%) han reducido su atención hacia sus clientes y empleados, mientras que el resto la han mantenido (13,04%) o incluso la han aumentado (21,73%). Por otro lado, de manera comparada la atención en favor de grupos de interés alejados de la actividad corriente de la empresa ha sido más constante a lo largo del período encontrándose que la mitad de las entidades la mantiene (52,67%) y algo más de una quinta parte llegan a aumentarla (21,74%). De este modo se puede considerar que las entidades estudiadas debido al retroceso generalizado de la calidad informativa sobre agentes directos poseen una visión limitada de la RSC en relación al papel que esta juega con respecto a estos grupos de interés, donde el marco de las relaciones contractuales puede ser suficiente para articular acciones y medidas en relación a este conjunto de *stakeholders*.

#### **4.3. Resumen y resultado de hipótesis**

Se acepta la hipótesis 7, según al cual, existen diferentes perfiles de entidades según el grado de sensibilidad que estas muestran hacia los diferentes conjuntos informativos. De este modo, se acepta la afirmación de Capó (2010) habrá EE.FF.D. con una integración alta y otras con nivel medio y bajo. Estos tres diferentes niveles de integración se van a producir de forma conjunta a nivel de clientes, comunidad y medioambiente, quedando el conjunto de “empleados” al margen.

## 5. ANÁLISIS DE LOS DETERMINANTES DE INFORMACIÓN RSC DIVULGADA

Tras la realización del análisis exploratorio y el contraste de las hipótesis relacionadas con el nivel de DRSC, a continuación, con el objetivo de contrastar empíricamente e identificar la existencia de determinantes, y en su caso, especificar cuáles, y de qué manera influyen en la transparencia informativa sobre RSC de las EE.FF.D. mediante la evaluación de cada una de las hipótesis de investigación planteadas en relación a los determinantes de los niveles de transparencia de la información de RSC.

Con la finalidad de analizar estas relaciones, partiendo del supuesto de que la transparencia informativa depende de las características de las entidades, se elabora un modelo econométrico que sintetice la relación entre la variable a explicar (transparencia informativa) y las variables explicativas (conjunto de características empresariales). Como variable dependiente se consideran los índices de divulgación, tanto de modo agregado (IDRg), como desagregado entre las diferentes temáticas (IDRc, IDRr, IDRh, IDRc, IDR externa e interna) y como variables independientes se emplean las utilizadas más frecuentemente en los estudios empíricos llevados a cabo en el ámbito internacional como son la naturaleza jurídica, el tamaño, la internacionalización, la rentabilidad económica y estructura financiera, dirección de la entidad, así como otras variables.

### **5.1. Modelo de regresión y variables utilizadas**

Para estimar las hipótesis previamente planteadas se utilizará como herramienta principal un modelo de regresión lineal.

La variable a explicar se corresponde con el Índice de Divulgación de Responsabilidad (IDR), que se divide a su vez en 4 variables o ejes de contenido. Por otra parte las variables explicativas están compuestas por tamaño (cifra de negocio, activo total y empleados), origen societario, rentabilidad (rentabilidad financiera, rentabilidad de los recursos generados y rentabilidad del activo), grado de endeudamiento, nivel de riesgo, ratio de eficiencia, perfil público (número de oficinas y cajeros automáticos), estructura

de gobierno corporativo (tamaño del consejo, dualidad presidente – director general, independencia del consejo, paridad del consejo de administración y RSC en el organigrama), grado de internacionalización y edad de la entidad. En la tabla 121 se resumen tanto la definición como el signo de las variables empleadas en el modelo.

En alguno de los casos las variables se van a transformar mediante logaritmos previamente a su utilización con la finalidad de evitar problemas metodológicos en la estimación dado que se trata de variables muy heterogéneas<sup>112</sup>.

$$\text{Variable dependiente} = \beta_0 + \beta_1 N_j + \beta_2 \text{Ln\_Dep\_Cli}_j + \beta_3 \text{Ln\_Inter}_j + \beta_4 \text{ROE}_j + \beta_5 \text{ROA}_j + \beta_6 \text{End}_j + \beta_7 \text{I\_Mor}_j + \beta_8 \text{R\_Efi}_j + \beta_9 \text{R\_Est}_j + \beta_{10} \text{N\_con}_j + \beta_{11} \text{Dual}_j + \beta_{12} \text{Con\_Par}_j + \beta_{13} \text{RSC\_Dep}_j + \beta_{14} \text{Ln\_Ent\_Cre}_j + \beta_{15} \text{Inf\_Pub}_j + \beta_{16} \text{Est\_Fin}_j + \beta_{17} \text{Aud}_j + e$$

Estas variables han sido profusamente empleadas en los trabajos que tratan medir el grado de divulgación y los factores explicativos del mismo (por ejemplo, García y Monterrey, 1993; Hackston y Milne, 1996; Archel, 2003 y Aranguren, 2008).

De este modo existen hasta veintiocho variables dependientes diferentes en relación a cada una de los distintos aspectos y temas que abarca la DRSC. En relación a las variables independientes, la tabla siguiente muestra en detalle el modo de medición y el posible tipo de relación con las variables dependientes.

---

<sup>112</sup> La transformación logarítmica suele practicarse habitualmente sobre variables representativas del tamaño de la empresa con la finalidad de acercar los parámetros de sus distribuciones a los propios de la distribución normal (Foster, 1990).

Tabla 121. Clasificación de las variables dependientes / independientes.

Variable		Descripción de las variables y modo de medición	Notación en el modelo	Estudios previos	Signo relación
	IDR (IDRg, IDRC, IDRs, IDRh e IDRe)	Índice de DRSC	IDRg, IDRC, IDRs IDRh IDRe		
Tipo de sociedad Internacionaliza ción	Tamaño	Depósitos de clientes: logaritmo natural de la cifra de depósitos	Dep_Cli <sub>j</sub>		+
	Origen societario	Naturaleza jurídica (variable dicotómica)	N <sub>j</sub>	Cuesta <i>et al.</i> (2006) y Ruiz <i>et al.</i> (2009)	+
	Grado de internacionaliza ción de la empresa	Presencia internacional: logaritmo del número de oficinas fuera de España	Inter <sub>j</sub>	Cooke, 1989; Firth, 1979; Giner- Inchausti, 1997; Raffournier, 1995; Singvi y Desai, 1971 y Zarzeski, 1996	+
Finanzas ("performance" financiera)	Rentabilidad	Rentabilidad financiera = Beneficio Neto / Recursos Propios	ROE <sub>j</sub>	Belkaoui y Karpik, 1989; Patten, 1991; Robert, 1992; Frooman, 1997; Key y Popkin, 1998; Neu <i>et al.</i> , 1998; Cormier y Magnan, 1999; Fernández y Luna, 2003; García-Ayuso y Larrinaga, 2003; Parsa y Deng, 2008	+
		Rentabilidad del activo (logaritmo) = Recursos generados / Patrimonio Neto	ROA <sub>j</sub>		
Variables estructurales	Endeudamiento	Tasa de endeudamiento = Deuda total / pasivo total	End <sub>j</sub>	López <i>et al.</i> , 2007; Moore, 2001; Nelling y Webb, 2009; Waddock y Graves, 1997 y Willekens, 2005	+
	Riesgo	Índice de morosidad (logaritmo) = créditos fallidos / crédito total	I_Mor <sub>j</sub>	Adams (2002); Deegan <i>et al.</i> (2002); Castro y Romero (2011) y Rodríguez- Parada y Cabaleiro (2007)	-

	Eficiencia	Ratio de eficiencia = costes de transformación / margen ordinario	R_Efi <sub>j</sub>	Pilat (2005)	+
	Intensidad del capital	Ratio de estructura del activo = Activo no circulante / Activo total	R_Est	Gandía y Andrés (2005) y Haniffa y Cooke (2002)	-
Estructura gobierno corporativo	Tamaño del consejo	Número total de miembros que componen el consejo de administración	N_con <sub>j</sub>	Gandía, 2008; Kent y Stewart, 2008; Van de Berghe y Levrau, 2004 y Willekens, <i>et al.</i> 2005	+
	Presidente – Director general	Dualidad Presidente del consejo – Director general (Variable dicotómica)	Dual <sub>j</sub>	Forker, 1992 y Simon y Wong, 2001 y Webb, 2004	+
	Independencia del consejo	Independencia del consejo: Proporción de consejeros independientes	Con_Ind <sub>j</sub>	Ajinkya y Sengupta 2005; Forker, 1992; Ho y Wong, 2001; Kent y Stewart, 2008; Leung y Horwitz, 2004; Webb, 2004	+
	Paridad del consejo de administración	Paridad del consejo: Proporción de mujeres sobre hombres	Con_Par <sub>j</sub>	Appold, <i>et al.</i> 1998; Bilimoria, 2000; De Luis-Carnicer <i>et al.</i> , 2008; Webb, 2004	+
Otras	RSC en el organigrama	Importancia de la RSC a través de un departamento propio (variable dicotómica)	RSC_Dep <sub>j</sub>	Ayuso, 2009 y ORSC <sup>113</sup> , 2011	+
	Antigüedad de la entidad	Años desde la creación de la entidad	Ent_Cre <sub>j</sub>	Hamid, 2004	+
	Años publicando informe RSC	Número de informes de RSC publicados	Inf_Pub <sub>j</sub>		+

<sup>113</sup> Observatorio de la Responsabilidad Social Corporativa.

	Necesidad de intervención por parte del Estado	Entidades que han recibido ayuda por parte del FROB (variable dicotómica)	Ent_Fin <sub>j</sub>		-
	Auditoría	Tamaño de la empresa auditora (variable dicotómica)	Aud	Ahmed y Nicholls, 1994; DeAngelo, 1981 y Haniffa y Cooke, 2002)	+

Fuente: elaboración propia.

## 5.2. Validez de la medición de los niveles de las variables dependientes

La fiabilidad en la medición de la revelación de información RSC ha sido contrastada en dos etapas. En la primera, se mide la fiabilidad de los codificadores mediante la realización de un estudio piloto (llevado a cabo en el capítulo de metodología). La segunda etapa, examina la validez de la medición de los niveles de revelación de información. Las categorías del IDR (clientes, comunidad, empleo, etc.), son examinadas en relación a su consistencia interna mediante el empleo del coeficiente alpha de Cronbach, el cual evalúa la consistencia interna de los indicadores de información. El coeficiente alpha de Cronbach puede tomar cualquier valor entre un mínimo de 0 y un máximo de 1, y de manera general, se admite como aceptable un valor alpha de 0,7. El coeficiente alpha de Cronbach a nivel de categorías de contenido es igual a 0,743, y de 0,87 en el caso de elementos de categorías. Este resultado se considera como aceptable, si se compara con el alpha de 0,64 y de 0,51 alcanzado en sendos trabajos por Botosan (1997) y Gul y Leung (2004). Por otra parte, un análisis de correlación entre las categorías generales se realiza; de este modo los coeficientes de correlación entre categorías de información (tabla 122) muestran que las categorías de IDR se encuentran correlacionadas (a excepción del contenido “empleados” con “medioambiente”).



Tabla 122. Resultados de correlación entre categorías de información RSC.

		IDRc	IDRs	IDRh	IDRe
IDRc	Correlación de Pearson	1			
	Sig.	-			
IDRs	Correlación de Pearson	0,603*	1		
	Sig.	0,001	-		
IDRh	Correlación de Pearson	0,475**	0,501*	1	
	Sig.	0,14	0,009	-	
IDRe	Correlación de Pearson	0,343***	0,490**	0,129	1
	Sig.	0,087	0,11	0,529	-

\*p<0,01; \*\*p<0,05; \*\*\*p<0,10.

Fuente: elaboración propia.

### 5.3. Estadísticos descriptivos de las variables independientes

Los estadísticos descriptivos para los resultados de los índices de divulgación se vieron con detalle en el apartado anterior. En relación a las variables independientes, la tablas siguientes proveen de los estadísticos descriptivos de estass.

La tabla 123 resume los estadísticos descriptivos de las variables bajo estudio en el año 2009, en función de la naturaleza jurídica de las entidades (panel A), así como en función del tamaño (panel B).

Capítulo 4: Análisis de resultados

Tabla 123. Panel A: Estadísticos descriptivos de los determinantes, según naturaleza jurídica.

	Bancos			CC.AA.			CC.CC.		
	Media	Desviación típica	N	Media	Desviación típica	N	Media	Desviación típica	N
Depósitos de clientes	87184,50	64789,75	6	34283,19	37110,46	16	10962,25	9207,58	4
ROE	0,13	0,02	6	0,08	0,03	16	0,12	0,13	4
ROA	0,01	0,00	6	0,01	0,00	16	0,01	0,00	4
Endeudamiento	0,94	0,01	6	0,93	0,02	16	0,91	0,01	4
Morosidad	0,03	0,01	6	0,04	0,01	16	0,04	0,01	4
Eficiencia	0,38	0,15	6	0,46	0,10	16	0,48	0,20	4
Estructura del activo	8,83%	1,58	6	7,52%	1,10	16	5,64%	1,22	4
Nº Consejeros	14,8	3,1	6	18,8	3,3	16	13,8	2,1	4
Paridad Consejeros	9,91%	7,41%		21,76%	10,46%		6,25%	12,50%	4
Años creación entidad	114,0	42,3		130,6	60,4		52,0	9,2	4
Informes RSC publicados	7,2	2,1		6,4	1,2		3,3	2,2	4

	Frecuencia	Internacionalización	Dualidad Consejo/Presidente	Departamento RSC	Financiación Estatal	Entidad auditora
Bancos	1	5 (83,33%)	0 (0%)	4 (66,67%)	0 (0%)	5 (83%)
	0	1 (16,67%)	6 (100%)	2 (33,33%)	6 (100%)	1 (17%)
CC.AA.	1	6 (37,5%)	11 (69%)	8 (50%)	12 (75%)	8 (50%)
	0	10 (62,5%)	5 (31%)	8 (50%)	4 (25%)	8 (50%)
CC.CC.	1	0 (0%)	2 (50%)	2 (50%)	4 (100%)	1 (25%)
	0	4 (100%)	2 (50%)	2 (50%)	0 (0%)	3 (75%)

Panel B: Estadísticos descriptivos dos determinantes, según el tamaño.

	Grandes			Medianas			Pequeñas		
	Media	Desviación típica	N	Media	Desviación típica	N	Media	Desviación típica	N
Depósitos de clientes	106424,57	54356,64	7	29215,78	8983,28	9	10757,30	5750,00	10
ROE	11,67%	2,71%	7	9,11%	3,35%	9	9,94%	8,21%	10
ROA	0,69%	0,20%	7	0,64%	0,19%	9	0,50%	0,22%	10
Endeudamiento	93,84%	1,46%	7	93,45%	2,17%	9	92,54%	2,12%	10
Morosidad	4,10%	0,92%	7	3,82%	1,32%	9	3,73%	1,34%	10
Eficiencia	0,35	0,09	7	0,48	0,09	9	0,48	0,15	10
Estructura del activo	9,31%	1,17	7	7,60%	0,47	9	6,22%	1,06	10
Nº Consejeros	18,00	3,27	7	18,33	4,58	9	15,40	2,67	10
Paridad Consejeros	18%	16%	7	16%	11%	9	16%	10%	10
Años creación entidad	159,7	72,2	7	97,0	49,7	9	99,1	38,4	10
Informes RSC publicados	6,1	2,0	7	6,7	2,4	9	5,6	1,6	10

Frecuencia		Internacionalización	Dualidad Consejo/Presidente	Departamento RSC	Financiación Estatal	Entidad auditora
Grandes	1	7 (100%)	2 (29%)	3 (43%)	2 (29%)	6 (86%)
	0	0 (0%)	5 (71%)	4 (57%)	5 (71%)	1 (14%)
Medianas	1	4 (44%)	7 (78%)	7 (78%)	4 (44%)	5 (56%)
	0	5 (56%)	2 (22%)	2 (22%)	5 (56%)	4 (44%)
Pequeñas	1	0 (0%)	4 (40%)	3 (30%)	6 (60%)	3 (30%)
	0	10 (100%)	6 (60%)	7 (70%)	4 (40%)	7 (70%)

Fuente: elaboración propia.

Con respecto a la naturaleza jurídica, la mayoría de las memorias analizadas, veinte, pertenecen o han tenido un origen social (61,54% CC.AA. y un 15,38% CC.CC.), mientras que los bancos representan solo una cuarta parte de las mismas, 6 en total. Los depósitos de clientes son de media mayores en el caso de los bancos (87.184 millones de euros) por 34.283 millones para las CC.AA. y 10.962 millones las CC.CC. En cuanto a los niveles de rentabilidad, los niveles de ROE son mayores en el caso de bancos (13%), seguidos de las CC.CC. (12%), y a bastante distancia las CC.AA. con un 8% de rentabilidad; por lo que respecta al ROA no existen grandes diferencias siendo de media una rentabilidad de 1%. El endeudamiento presenta mayores niveles en el caso de los bancos, con un 94% sobre el total del pasivo, un 93% en las CC.AA. y un 91% las CC.CC. La morosidad es algo mayor en las entidades de origen social (4%), mientras en la banca

este nivel se reduce hasta el 3%. En cuanto al grado de eficiencia en la obtención de los rendimientos, se observa que los bancos (con un ratio de 0,38) son más eficientes que las cajas y cooperativas (0,46 y 0,48 respectivamente). La estructura del activo permite comprobar que son las entidades sociales las que cuentan con un menor porcentaje de activos no corrientes (7,52% y 5,64%, CC.AA. y CC.CC. respectivamente) frente al 8,83% de los bancos. En cuanto a la presencia internacional, esta es mayoritaria entre los bancos (83,33%), mientras que en el caso de las cajas se reduce a las de grandes dimensiones (37,5% del total), y es inexistente en el caso de las cooperativas.

En relación a la estructura de gobierno corporativo se pueden describir los siguientes comportamientos: el número de consejeros es sensiblemente mayor en el caso de las CC.AA., con una media de 18,8 consejeros frente a los 14,8 y 13,8 de bancos y cooperativas. A su vez, la paridad en los consejos de administración es superior en las CC.AA., con un 21,76% de mujeres de media, frente al 9,91% de bancos y el 6,25% de las CC.CC. Finalmente, la independencia entre el cargo de director y presidente es mayor en el caso de las CC.AA. (69%) y de las CC.CC. (50%), mientras que en los bancos el 100% de los casos no presenta esta independencia entre los cargos.

Finalmente, por lo que respecta a otros indicadores, se aprecian las siguientes diferencias: la antigüedad media de las entidades es mayor en el caso de las CC.AA. y los bancos (130,6 y 114 años respectivamente), frente a solo 52 años de media de las CC.CC. Los informes publicados y la experiencia en su elaboración es mayor en bancos y CC.AA. con una media de memorias de 7,2 y 6,4 respectivamente, frente a solo las 3,3 de media de las CC.CC. La existencia de un departamento o comité dentro del organigrama dedicado al control y gestión de las políticas de RSC se encuentra plenamente extendido en el caso de los bancos, mientras que el resto de entidades el grado de implantación solo llega al 50%. La necesidad de ayuda estatal por su parte, se ha hecho evidente en el caso de las CC.AA., el 75% de las mismas concentra el 100% del total de intervenciones del Estado tanto en forma de ayudas o participación directa en su capital. Finalmente la contratación de grandes empresas de auditoría, que avalan las

informaciones divulgadas, es mayoritaria entre los bancos (83%), frente al 50% en las CC.AA. y un 25% en las CC.CC., las cuales se decantan principalmente por pequeñas empresas de auditoría.

Con respecto al tamaño, las grandes entidades (7 en total) cuentan con nivel de depósitos de clientes de 106.424 millones de euros, las entidades medianas (9 en total) presentan un nivel de depósitos de 29.215 millones de euros, mientras que las pequeñas (10 en total) solo alcanzan de media los 10.757 millones de euros. En cuanto a los niveles de rentabilidad, los niveles de ROE son mayores en el caso de las grandes entidades (11,67%), seguidos a cierta distancia de las entidades medianas (9,11%), y las CC.CC. con un 9,94% de rentabilidad; en referencia al ROA este es mayor en las entidades grandes y medianas (0,69% y 0,64% respectivamente), mientras las de pequeño tamaño el ratio baja hasta el 0,5%. El endeudamiento niveles muy similares en los tres casos, encontrándose este entre el 93,84% en las grandes entidades y un 92,54% en las pequeñas. La morosidad disminuye a medida que disminuye a su vez el tamaño de las entidades, siendo esta de 4,1% en las grandes entidades, un 3,82% en las medianas y un 3,73% en las pequeñas. En cuanto al grado de eficiencia en la obtención de los rendimientos, se observa que las entidades de grandes dimensiones (con un ratio de 0,35) son más eficientes que el resto (0,48 en medianas y grandes entidades). La estructura del activo permite comprobar que son medianas y pequeñas entidades las que cuentan con un menor porcentaje de activos no corrientes (7,60% y 6,22%, respectivamente) frente al 9,31% de las grandes entidades. En cuanto a la presencia internacional, esta es mayoritaria entre las grandes entidades (100%), mientras que en el caso de las entidades medias el porcentaje se reduce a algo menos de la mitad (44% del total), y es inexistente en el caso de las pequeñas entidades.

En relación a la estructura de gobierno corporativo se pueden describir los siguientes comportamientos: el número de consejeros es sensiblemente mayor en el caso de las entidades grandes y medianas (18 y 18,33 consejeros respectivamente), por solo 15,4 consejeros en las pequeñas entidades. Sin embargo, no parecen existir grandes

diferencias en cuanto a paridad se refiere (16% en entidades medianas y pequeñas) y del 18% en entidades de grandes dimensiones. Finalmente, la independencia entre el cargo de director y presidente es mayor en el caso de las entidades medianas (78%), mientras que la independencia entre ambos cargos no llega a la mitad de los casos en las entidades grandes (29%) y pequeñas (40%) .

Finalmente, por lo que respecta a otros indicadores se aprecian las siguientes diferencias: la antigüedad media de las entidades es mayor en el caso de las entidades de gran tamaño (159,7 años), frente a solo 97 y 99,1 años de media de las pequeñas y medianas. Los informes publicados y la experiencia en su elaboración es mayor en grandes y medianas entidades con una media de 6,1 y 6,7 memorias respectivamente, frente a solo las 5,6 de media de las pequeñas. La existencia de un departamento o comité dentro del organigrama dedicado al control y gestión de las políticas de RSC se encuentra mayoritariamente extendido en las entidades de tamaño medio (78%), mientras que en el resto de entidades el grado de implantación no llega al 50% (43% y 30% respectivamente en las entidades grandes y pequeñas). La necesidad de ayuda estatal por su parte, afecta a todos los conjuntos, habiendo sido más necesaria entre las pequeñas entidades (60%) y en menor medida en el resto (29% y 44% en entidades grandes y medianas). Finalmente la contratación de grandes empresas de auditoría, que avalan las informaciones divulgadas, es mayoritaria entre las grandes entidades y medianas (86% y 56% respectivamente), frente a solo el 30% en las entidades pequeñas.

### **5.4. Resultados de correlaciones entre variables dependientes – independientes**

#### **(Análisis univariante)**

Este apartado tiene por finalidad la de proporcionar un examen preliminar de las posibles relaciones existentes entre la variable dependiente (IDR) y sus factores determinantes (variables independientes); así como analizar el grado de relación existente entre sí por parte de estas últimas.

La tabla 119 muestra de manera agregada las correlaciones y su nivel de significación con respecto a cada una de las variables independientes. En primer lugar, un número de correlaciones significativas entre la variable dependiente (IDRg) y las variables exógenas. Esto pone de manifiesto la posibilidad de que alguna de las hipótesis formuladas previamente puedan ser validadas; concretamente se observa que el IDRg está relacionado de forma significativa con la paridad del consejo de administración (Con\_Par) y la necesidad de ayuda por parte de las autoridades derivada de la reestructuración (Est\_Fin). De igual forma, en relación a cada categoría de contenido se observan las siguientes relaciones estadísticamente significativas:

Tabla 124. Resultados de correlación: variables independientes – categorías de contenido RSC.

	IDRg	IDRc	IDRs	IDRh	IDRe
Nj	0,210	0,364***	0,358***	0,150	-0,207
Dep_Cli	0,119	0,028	-0,127	-0,063	0,427**
Inter	-0,010	-0,070	-0,225	-0,082	0,176
ROE	-0,192	-0,340***	-0,156	0,034	-0,110
ROA	0,206	0,114	0,178	-0,024	0,348***
End	0,162	0,114	0,023	0,224	0,168
I_Mor	0,055	0,305	0,061	0,170	-0,199
R_Efi	-0,126	0,043	-0,170	0,046	-0,216
R_Est	0,112	0,043	-0,099	-0,153	0,427**
N_con	0,307	0,177	0,326	0,286	0,047
Dual	0,171	0,163	0,183	0,051	-0,060
Con_Par	0,398**	0,370***	0,359***	-0,019	0,451**
RSC_Dep	0,319	0,159	0,307	0,092	0,298
Ent_Cre	0,038	0,157	-0,016	-0,075	0,118
Inf_Pub	0,321	0,115	0,186	-0,096	0,649*
Est_Fin	0,411**	0,350***	0,494**	0,079	0,299
Aud	0,133	0,364***	-0,149	-0,086	0,265

\*p<0,01; \*\*p<0,05; \*\*\*p<0,10.

Fuente: elaboración propia.

Relacionado con la información sobre clientes, se observa una relación positiva con la naturaleza jurídica, la paridad en el consejo de administración, la necesidad de financiación estatal y el tipo de empresa auditora; por otra parte la relación es negativa con la rentabilidad financiera. Respecto al IDR sobre comunidad (IDRs), la relación es positiva con la naturaleza jurídica, la paridad en el consejo de administración y la necesidad de financiación pública. En relación a los contenidos sobre empleados, no se observa a priori ninguna relación de carácter univariante con alguno de los posibles determinantes del contenido. Finalmente, la temática medioambiental aparece relacionada de forma positiva con el volumen de depósitos de los clientes, la rentabilidad del activo (ROA), la proporción de activo no corriente (R\_Est), el nivel de paridad en el consejo (Con\_Par) así como la experiencia en la publicación de informes sociales (Inf\_Pub).

En cuanto a los resultados sobre las variables que explican el grado de presión social, la naturaleza jurídica parece ser coherente con las hipótesis propuestas en relación a las demandas de información sobre clientes y comunidad. Por su parte, un mayor tamaño (Dep\_Cli) parece estar asociado a una respuesta más transparente en relación a los contenidos medioambientales. Sin embargo, la presencia internacional parece no estar relacionada a priori con la calidad de los informes en ningún caso.

La “*performance*” financiera (ROE y ROA) por su parte presenta una correlación positiva con los contenidos medioambientales; a pesar de ello en la mayor parte de los casos parece no encontrarse relación, llegando a ser esta significativamente negativa en el caso de la información sobre clientes. Estos resultados son consistentes con los alcanzados por Archel y Lizarraga (2001), quienes empleando como medidas el ROE y ROA, concluyeron que una mayor rentabilidad no explicaba una mayor transparencia informativa.

En relación al resto de variables estructurales, se observa la falta de correlación entre estass y las diferentes categorías informativas. A pesar de todo destaca el ratio de



estructura del activo (R\_Est), que presenta una relación positiva con los contenidos de temática medioambiental, refutando a autores como Gandía y Andrés (2005).

El gobierno corporativo por su parte, concentra el conjunto de correlaciones con los contenidos informativos entorno a Con\_Par, la cual aparece relacionada de manera positiva con todas las categorías de contenido, incluido el índice de divulgación general, con la única excepción de la información sobre empleados, confirmándose de este modo la hipótesis de Campbell y Mínguez-Vera (2010), los cuales afirman que la incorporación creciente de mujeres a los consejos aporta una respuesta más plural a las necesidades informativas del entorno empresarial.

Finalmente, el resto de variables presentan cierto grado de relación con la DRSC. Así la experiencia de la entidad en la publicación de informes (Inf\_Pub) parece encontrarse relacionado con la información de tipo medioambiental. Por otra parte, la necesidad de financiación estatal (Est\_Fin), a diferencia de lo establecido en el apartado de hipótesis, se encuentra positivamente relacionado con la divulgación social a todos los niveles, e excepción de empleados y medioambiente. La empresa de auditoría (Aud) está positivamente relacionada con IDR clientes; esta afirmación parece ser consistente con los resultados alcanzados por Haniffa y Cooke (2002).

#### Correlaciones de variables independientes con elementos de categorías de información.

Los resultados anteriores muestran un cierto nivel de consistencia con los resultados alcanzados en la tabla siguiente en relación a los componentes informativos de cada una de las variables, tenidos en cuenta de forma pormenorizado.

Capítulo 4: Análisis de resultados

Tabla 125. Resultados de correlación: variables independientes – elementos de categorías de contenido RSC.

	IDRc1	IDRc2	IDRc3	IDRc4	IDRc5	IDRs1	IDRs2	IDRs3	IDRs4	IDRs5	IDRs6	
Nj	0,276	0,090	0,238	0,388***	(0,022)	0,391**	0,233	0,18	0,517*	0,294	(0,215)	
Dep_Cli	(0,239)	0,192	(0,197)	0,139	0,123	(0,069)	0,176	(0,219)	(0,536)*	(0,275)	0,393**	
Inter	(0,252)	(0,034)	(0,211)	0,145	0,157	(0,212)	0,109	(0,232)	(0,472)**	(0,051)	0,028	
ROE	0,026	(0,525)*	(0,399)**	(0,011)	(0,089)	(0,02)	(0,246)	(0,005)	(0,01)	(0,081)	(0,044)	
ROA	0,185	(0,085)	0,240	0,025	0,042	0,153	0,020	0,292	(0,241)	0,107	0,288	
End	(0,148)	0,343***	(0,257)	0,157	0,073	(0,203)	0,178	(0,159)	(0,058)	(0,093)	0,258	
I_Mor	0,030	0,311	(0,183)	0,467**	0,021	(0,084)	0,080	(0,132)	0,197	0,061	(0,017)	
R_Efi	0,214	(0,075)	0,090	(0,112)	0,059	(0,062)	(0,449)**	0,088	0,098	(0,076)	(0,146)	
R_Est	(0,089)	0,131	(0,232)	0,072	0,196	(0,063)	0,204	(0,2)	(0,539)*	(0,266)	0,453**	
N_con	0,011	(0,038)	(0,006)	0,286	0,309	0,331***	0,394**	0,242	0,088	0,196	0,041	
Dual	0,179	(0,135)	0,257	0,212	0,006	0,235	0,043	0,41**	0,149	0,158	(0,204)	
Con_Par	0,230	0,274	0,166	0,205	0,134	0,22	0,464**	0,093	0,016	0,167	0,273	
RSC_Dep	0,172	0,043	0,208	(0,139)	0,341***	0,378**	0,053	0,103	0,019	0,14	0,497**	
Ent_Cre	(0,181)	0,330***	(0,147)	(0,041)	0,574*	0,278	0,44**	(0,371)**	(0,461)**	(0,242)	0,406**	
Inf_Pub	0,249	0,234	0,039	(0,321)	0,153	0,054	0,264	0,061	(0,242)	(0,109)	0,571*	
Est_Fin	0,457**	0,267	(0,065)	0,062	0,162	0,372***	0,413**	0,011	0,404**	0,228	0,361***	
Aud	(0,023)	0,321	(0,126)	0,074	0,273	(0,078)	0,056	(0,377)***	(0,355)***	(0,217)	0,349***	
	IDRh1	IDRh2	IDRh3	IDRh4	IDRh5	IDRh6	IDRh7	IDRe1	IDRe2	IDRe3	IDRe4	IDRe5
Nj	(0,027)	0,334***	(0,032)	0,036	0,045	0,135	0,039	(0,254)	(0,023)	(0,019)	0,108	(0,376)***
Dep_Cli	0,221	(0,375)***	0,073	0,060	(0,045)	(0,049)	0,294	0,530*	0,119	(0,103)	0,049	0,642*
Inter	0,289	(0,326)	0,100	0,278	(0,006)	(0,041)	0,237	0,220	0,049	(0,175)	(0,118)	0,459**
ROE	(0,226)	(0,033)	(0,073)	0,103	0,276	0,271	(0,194)	(0,071)	(0,249)	0,018	(0,211)	0,049
ROA	0,031	(0,151)	0,003	(0,178)	(0,175)	0,167	0,059	0,461**	0,224	0,117	(0,056)	0,333***
End	0,372***	(0,301)	0,326	0,370***	0,030	0,099	(0,070)	0,079	0,238	(0,111)	0,177	0,199
I_Mor	0,168	(0,141)	0,037	0,039	0,051	(0,146)	0,202	(0,144)	0,010	(0,361)***	0,134	(0,226)
R_Efi	(0,072)	0,022	0,126	0,108	(0,034)	(0,024)	(0,113)	(0,232)	0,014	0,152	0,119	(0,584)*
R_Est	0,117	(0,393)**	(0,040)	(0,088)	(0,061)	(0,028)	0,357***	0,541*	0,087	(0,060)	0,106	0,597*
N_con	0,115	0,287	0,134	0,341***	0,287	0,212	0,180	(0,070)	(0,013)	(0,020)	0,215	0,074
Dual	0,222	0,362***	0,175	0,030	(0,059)	0,032	0,237	(0,026)	(0,090)	0,011	0,299	(0,280)
Con_Par	0,062	(0,001)	(0,064)	(0,214)	(0,204)	0,119	0,189	0,226	0,323	0,305	0,215	0,437**
RSC_Dep	0,076	0,159	0,065	(0,054)	(0,039)	0,340***	0,128	0,322	(0,040)	0,193	0,228	0,254
Ent_Cre	0,030	(0,298)	(0,307)	(0,097)	0,248	(0,088)	(0,089)	0,044	(0,266)	(0,138)	0,035	0,538*
Inf_Pub	0,142	(0,126)	(0,089)	(0,203)	(0,002)	0,069	(0,045)	0,700*	0,230	0,303	0,401**	0,497**
Est_Fin	0,041	0,140	(0,203)	(0,167)	0,035	0,115	0,236	0,274	0,230	0,044	0,529*	0,042
Aud	0,232	(0,414)**	0,240	0,256	(0,038)	0,102	0,189	0,205	0,246	0,066	0,061	0,285

\*p<0,01; \*\*p<0,05; \*\*\*p<0,10. Fuente: elaboración propia.

En relación a las principales características corporativas relacionadas con la presión social ejercida (Nj, Dep\_Cli e Inter) se manifiesta un elevado nivel de concreción de las correlaciones identificadas con anterioridad que quedan resumidas del siguiente modo:

- La naturaleza jurídica aparece asociada de forma positiva con una mayor información sobre inclusión de clientes (IDRc4), políticas y declaraciones sobre la gestión social de la entidad (IDRs1), el correcto cumplimiento de la legislación en materia de control de la corrupción y la libre competencia (IDRs4), el cuidado de los aspectos de higiene y salud en el trabajo (IDRh2). Sin embargo, en la mayor parte de casos no se encuentra ningún grado de asociación entre la variable y los diferentes indicadores IDR (solo en el 21,74% de los casos existe relación); más aún, la correlación llega a ser negativa con la información sobre la actividad medioambiental enfocada a productos y servicios (IDRe5).
- El tamaño por su parte, se encuentra relacionado con el 21,74% de los IDR de elementos de categorías informativas. En lo que se refiere a medioambiente, la asociación es positiva con la formulación de la política medioambiental (IDRe1) y con las medidas materializadas en los servicios bancarios (IDRe5).
- La internacionalización por su parte, parece estar correlacionada solo en con 2 de los 23 elementos de categorías de contenido (8,7%). Si bien con IDRe5 la relación es positiva, no ocurre lo mismo con IDRs4; en este segundo caso, al contrario de lo expuesto en las hipótesis previamente, el que las entidades se tengan parte de su actividad fuera de España reduce la transparencia en relación al cumplimiento de la legislación en materia de corrupción y competencia.

Por lo que respecta al resto de factores (aquellos relacionados con la respuesta divulgativa) encontramos las siguientes correlaciones:

- En cuanto a la rentabilidad de las entidades, se observa que el ROE está relacionado de forma inversa con los temas satisfacción del clientes y seguridad y

confidencialidad de los mismos (IDRc2 e IDRc3) específicamente. En cuanto al ROA, se encuentra que la relación positiva con los contenidos medioambientales se centran principalmente con respecto a las políticas y productos y servicios bajo criterios medioambientales (IDRe1 e IDRe5).

- Con respecto al resto de factores estructurales, se puede apreciar en primer lugar, que el mayor número de correlaciones hacen referencia al grado de endeudamiento (End), concretamente con 4 elementos informativos (17,39%), satisfacción del cliente, inclusión de los clientes, relaciones empresa/trabajador y retribuciones y condiciones de trabajo. En segundo lugar, la morosidad solo aparece correlacionada con 2 elementos informativos: el primero de ellos pone de manifiesto una relación positiva entre esta y la atención a la inclusión de los clientes; finalmente existe una relación negativa con el control de emisiones e impacto en el ecosistema de la actividad interna de la entidad (IDRe3). En último lugar la eficiencia productiva (R\_Est) no solo no muestra relación alguna en el sentido de la hipótesis propuesta, sino que además esta relación es negativa en el caso de IDRs2 e IDRe5.
- Las variables de gobierno corporativo, muestran de forma general escasas correlaciones con las variables dependientes, la mayoría de ellas relacionadas con elementos de la variable comunidad. En primer lugar el número de consejeros muestra relación con 3 elementos (13,04%), concretamente con la política social (IDRs1) y las actividades de apoyo a la comunidad (IDRs2); en relación al conjunto de empleados encontramos también las retribuciones y las condiciones de trabajo (IDRh4). En segundo lugar, la dualidad en la dirección de la entidad parece no afectar a priori al nivel de transparencia, a excepción de lo referente a la contribución a la economía nacional (IDRs3) y la salud y seguridad de los empleados (IDRh2). Finalmente, la paridad (Con\_Par) está relacionada con las actividades sociales locales (IDRs2) así como con las implicaciones ambientales de productos y servicios (IDRe5).

Otras variables: la existencia de un departamento o un comité encargado de los asuntos de RSC (RSC\_Dep), presenta una correlación positiva con 4 elementos informativos

(17,39%), IDRc5, IDRs1, IDRs6 e IDRh6. Respecto a cómo afecta la experiencia de la entidad a la respuesta ofrecida (variables Ent\_Cre e Inf\_pub), se observa en primer lugar que la antigüedad de la empresa se encuentra correlacionada de forma positiva tanto con elementos informativos sobre clientes (IDRc2 e IDRc5), comunidad (IDRs2 e IDRs6), así como medioambiente (IDRe5); si bien con respecto a IDRs3 e IDRs4 la relación es negativa. En segundo lugar, el número de memorias publicadas está relacionado con 4 elementos informativos (17,39%), la mayoría de ellas de contenido medioambiental (IDRe1, IDRe4 e IDRe5) además de IDRs6. La necesidad de financiación estatal (Est\_Fin), al contrario de lo que indica la hipótesis formulada, no se encuentra relacionada en ningún caso de forma negativa con ningún elemento informativo; al contrario, la relación es positiva en 6 casos, (IDRc1, IDRs1, IDRs2, IDRs4, IDRs6 e IDRe4), especialmente de contenido relacionado con la comunidad. Finalmente, la empresa de auditoría contratada presenta una relación positiva (en el mismo sentido de la hipótesis propuesta) en 2 casos (8,7%), concretamente IDRs3 e IDRs6 mientras que en otros dos la relación es inversa (IDRs4 e IDRh2).

### **5.5. Test no paramétricos**

Además del cálculo de las correlaciones de Pearson, se analizan, mediante un t-test de dos colas, las relaciones existentes entre algunas variables independientes (Nj, Tamaño, Dual, Con\_Par, Inter, RSC\_Dep, Est\_Fin y Aud) y las variables dependientes.

Con el fin de comprobar si estadísticamente las entidades con diferente tipo de naturaleza jurídica (bancos y CC.AA. y CC.CC.) aportan diferentes niveles de revelación de información social, se lleva a cabo el test Mann-Whitney. Los resultados del test (como se muestra en la tabla 126) revelan que las entidades con diferencias en su naturaleza societaria presentan niveles significativamente distintos en la revelación de información social. Estos resultados son consistentes, en gran medida, con los

resultados de correlaciones anteriores; si bien se observa una falta de consistencia con los resultados previos sobre su asociación con los indicadores IDRC e IDRC4.

Tabla 126. Test de Mann-Whitney por naturaleza jurídica de las entidades.

	IDRC	IDRS	IDRH	IDRE	IDRG	IDRC1	IDRC2	IDRC3	IDRC4	IDRC5
U de Mann-Whitney	39	31	51	44,5	45	42,5	50,5	43,5	33	57,5
W de Wilcoxon	60	52	72	254,5	66	63,5	71,5	64,5	54	267,5
Z	-1,279	-1,765	-0,548	-0,944	-0,913	-1,067	-0,579	-1,009	-1,646	-0,154
Sig. asintót. (bilateral)	0,201	0,078***	0,584	0,345	0,361	0,286	0,563	0,313	0,1	0,878
	IDRS1	IDRS2	IDRS3	IDRS4	IDRS5	IDRS6	IDRh1	IDRh2	IDRh3	
U de Mann-Whitney	27	37,5	43,5	19	34,5	37	55,5	32,5	55,5	
W de Wilcoxon	48	58,5	64,5	40	55,5	247	265,5	53,5	265,5	
Z	-2,017	-1,371	-1,006	-2,499	-1,553	-1,404	-0,274	-1,676	-0,274	
Sig. asintót. (bilateral)	0,044**	0,17	0,314	0,012**	0,12	0,16	0,784	0,094***	0,784	
	IDRh4	IDRh5	IDRh6	IDRh7	IDRe1	IDRe2	IDRe3	IDRe4	IDRe5	
U de Mann-Whitney	54,5	59	49,5	57,5	37,5	55,5	59,5	46,5	26,5	
W de Wilcoxon	75,5	269	70,5	267,5	247,5	265,5	269,5	67,5	236,5	
Z	-0,336	-0,061	-0,64	-0,152	-1,373	-0,275	-0,03	-0,823	-2,043	
Sig. asintót. (bilateral)	0,737	0,951	0,522	0,879	0,17	0,784	0,976	0,411	0,041**	

\*p<0,01; \*\*p<0,05; \*\*\*p<0,10.

Fuente: elaboración propia.

En esta ocasión se emplea el test de Kruskal-Wallis con el fin de examinar si las entidades que cuentan con diferente tamaño, cuentan con niveles significativamente distintos de RSC. El resultado del test de Kruskal-Wallis (tabla 127) muestra la existencia de escasas diferencias significativas entre los niveles de RSC de compañías con diferentes tamaños, a excepción de IDRs4, IDRh2 e IDRe5. Esta diferencia puede ser atribuida al modo de fijar la variable independiente (tamaño); lo que demostraría que el empleo de la variable tamaño como una variable continua (y no discreta), se encuentra, en mayor medida, asociada al nivel de transparencia informativa.

Tabla 127. Test de Kruskal-Wallis para el tamaño de las entidades.

	IDRC	IDRS	IDRH	IDRE	IDRG	IDRc1	IDRc2	IDRc3	IDRc4	IDRc5
Chi-cuadrado	1,635	1,692	1,689	1,657	0,416	1,331	1,018	1,514	1,109	1,442
gl	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2
Sig. asintót.	0,441	0,429	0,43	0,437	0,812	0,514	0,601	0,469	0,574	0,486
	IDRS1	IDRS2	IDRS3	IDRS4	IDRS5	IDRS6	IDRh1	IDRh2	IDRh3	
Chi-cuadrado	1,371	4,062	3,366	7,887	2,825	1,105	0,718	10,16	4,056	
gl	2	2	2	2	2	2	2	2	2	
Sig. asintót.	0,504	0,131	0,186	0,019**	0,243	0,576	0,699	0,006*	0,132	
	IDRh4	IDRh5	IDRh6	IDRh7	IDRe1	IDRe2	IDRe3	IDRe4	IDRe5	
Chi-cuadrado	0,897	0,645	1,378	2,85	2,598	1,199	2,753	5,668	9,637	
gl	2	2	2	2	2	2	2	2	2	
Sig. asintót.	0,639	0,724	0,502	0,241	0,273	0,549	0,253	0,059***	0,008*	

\*p<0,01; \*\*p<0,05; \*\*\*p<0,10.

Fuente: elaboración propia.

El test de Mann-Whitney es empleado de nuevo para examinar si los niveles de RSC revelados son diferentes entre entidades que cuentan con un director general y un presidente diferentes o iguales. La tabla 128 presenta los resultados para el test de Mann-Whitney. Los resultados revelan escasez de diferencias significativas entre las entidades con una dirección dual, y las que no; estas diferencias se concentran principalmente en relación a IDRh2 e IDRe4. Estos resultados distan en parte de los alcanzados por la correlación de Pearson, lo que indica una limitada relación entre la dualidad en el consejo de administración y los diferentes indicadores IDR.

Capítulo 4: Análisis de resultados

Tabla 128. Test de Mann-Whitney por dualidad en la dirección de la entidad.

	IDRC	IDRS	IDRH	IDRE	IDRG	IDRc1	IDRc2	IDRc3	IDRc4	IDRc5
U de Mann-Whitney	75,5	64	73	83,5	68	71	67,5	59,5	68,5	78,5
W de Wilcoxon	166,5	155	164	174,5	159	162	158,5	150,5	159,5	169,5
Z	-0,462	-1,051	-0,59	-0,051	-0,846	-0,694	-0,873	-1,288	-0,822	-0,311
Sig. asintót. (bilateral)	0,644	0,293	0,555	0,959	0,397	0,488	0,383	0,198	0,411	0,756
	IDRS1	IDRS2	IDRS3	IDRS4	IDRS5	IDRS6	IDRh1	IDRh2	IDRh3	
U de Mann-Whitney	64,5	80,5	54	70,5	70,5	66,5	68,5	46,5	65,5	
W de Wilcoxon	155,5	171,5	145	161,5	161,5	157,5	159,5	137,5	156,5	
Z	-1,03	-0,205	-1,567	-0,719	-0,718	-0,926	-0,822	-1,952	-0,976	
Sig. asintót. (bilateral)	0,303	0,837	0,117	0,472	0,472	0,354	0,411	0,051***	0,329	
	IDRh4	IDRh5	IDRh6	IDRh7	IDRe1	IDRe2	IDRe3	IDRe4	IDRe5	
U de Mann-Whitney	82	73,5	84	68,5	79,5	73,5	81	52	58	
W de Wilcoxon	173	164,5	175	159,5	170,5	164,5	172	143	149	
Z	-0,129	-0,566	-0,026	-0,822	-0,257	-0,565	-0,18	-1,67	-1,362	
Sig. asintót. (bilateral)	0,898	0,572	0,98	0,411	0,797	0,572	0,857	0,095***	0,173	

\*p<0,01; \*\*p<0,05; \*\*\*p<0,10.

Fuente: elaboración propia.

En relación a la paridad en el consejo de administración, en la tabla 129 se recoge el comportamiento de la revelación de RSC en función de si el número de mujeres en el consejo es mayor o menor a la media del conjunto (variable dicotomizada). El resultado de aplicar el test ofrece un alto grado de relación entre la paridad y el IDR. Estos resultados muestran, un mayor grado de asociación, que con los resultados de correlación previos (se pasa de 6 a 9 indicadores IDR correlacionados con la variable independiente). Finalmente se considera que la variable paridad, tenida en cuenta como dicotómica, puede ser considerada en un análisis posterior, formando parte de un modelo alternativo, al modelo estudiado actualmente.



Tabla 129. Test de Mann-Whitney según la paridad en el consejo de administración.

	IDRC	IDRS	IDRH	IDRE	IDRG	IDRc1	IDRc2	IDRc3	IDRc4	IDRc5
U de Mann-Whitney	39	27	66	39,5	31	52,5	40,5	55,5	61,5	58
W de Wilcoxon	75	63	102	75,5	67	88,5	76,5	91,5	232,5	94
Z	-1,835	-2,5	-0,333	-1,806	-2,278	-1,086	-1,753	-0,921	-0,584	-0,787
Sig. asintót. (bilateral)	0,067***	0,012**	0,739	0,071***	0,023**	0,278	0,08***	0,357	0,559	0,432
	IDRS1	IDRS2	IDRS3	IDRS4	IDRS5	IDRS6	IDRh1	IDRh2	IDRh3	
U de Mann-Whitney	44	32,5	67	56,5	34,5	68	59,5	55,5	63,5	
W de Wilcoxon	80	68,5	103	92,5	70,5	104	95,5	91,5	99,5	
Z	-1,562	-2,197	-0,278	-0,862	-2,085	-0,223	-0,696	-0,918	-0,473	
Sig. asintót. (bilateral)	0,118	0,028**	0,781	0,388	0,037**	0,824	0,487	0,358	0,636	
	IDRh4	IDRh5	IDRh6	IDRh7	IDRe1	IDRe2	IDRe3	IDRe4	IDRe5	
U de Mann-Whitney	60	67,5	66	64	67,5	45,5	36,5	29,5	58	
W de Wilcoxon	231	238,5	102	100	103,5	81,5	72,5	65,5	94	
Z	-0,669	-0,251	-0,334	-0,445	-0,251	-1,476	-1,976	-2,365	-0,779	
Sig. asintót. (bilateral)	0,504	0,802	0,738	0,656	0,802	0,14	0,048**	0,018**	0,436	

\*p<0,01; \*\*p<0,05; \*\*\*p<0,10.

Fuente: elaboración propia.

Para examinar si las entidades con presencia internacional presentan un comportamiento significativamente distinto de aquellas otras entidades con el 100% de su actividad en territorio nacional, se presenta de nuevo el test de Mann-Whitney. En la tabla 130 se presentan los resultados de dicha comparación. Dichos resultados son consistentes, en gran medida, con los resultados de las correlaciones de Pearson; de este modo se observa una reducida relación entre la presencia internacional y el compromiso con una mayor transparencia corporativa.

Tabla 130. Test de Mann-Whitney según la presencia internacional de la entidad.

	IDRC	IDRS	IDRH	IDRE	IDRG	IDRc1	IDRc2	IDRc3	IDRc4	IDRc5
U de Mann-Whitney	80	64	80	68	80,5	62,5	81	68,5	64	64,5
W de Wilcoxon	146	130	146	188	200,5	128,5	147	134,5	184	184,5
Z	-0,13	-0,96	-0,13	-0,753	-0,104	-1,04	-0,078	-0,73	-0,962	-0,945
Sig. asintót. (bilateral)	0,897	0,337	0,897	0,451	0,917	0,298	0,938	0,465	0,336	0,345
	IDRS1	IDRS2	IDRS3	IDRS4	IDRS5	IDRS6	IDRh1	IDRh2	IDRh3	
U de Mann-Whitney	62	80,5	54	40,5	77	80,5	56	51	74,5	
W de Wilcoxon	128	200,5	120	106,5	143	200,5	176	117	194,5	
Z	-1,069	-0,104	-1,482	-2,183	-0,286	-0,104	-1,377	-1,638	-0,416	
Sig. asintót. (bilateral)	0,285	0,917	0,138	0,029**	0,775	0,917	0,168	0,101	0,677	
	IDRh4	IDRh5	IDRh6	IDRh7	IDRe1	IDRe2	IDRe3	IDRe4	IDRe5	
U de Mann-Whitney	64	81	75,5	55	59,5	77	69	64,5	35	
W de Wilcoxon	184	147	141,5	175	179,5	197	135	130,5	155	
Z	-0,963	-0,078	-0,364	-1,43	-1,197	-0,286	-0,702	-0,936	-2,47	
Sig. asintót. (bilateral)	0,336	0,938	0,716	0,153	0,231	0,775	0,483	0,349	0,014**	

\*p<0,01; \*\*p<0,05; \*\*\*p<0,10.

Fuente: elaboración propia.

A continuación, se examina si la existencia de una parte de la organización de la entidad dedicada a gestionar las labores de información RSC interviene en su grado de transparencia. La tabla 131 ofrece los resultados de dicha comparación, así resulta significativa la relación de la variable independiente con IDRs, IDRs1, IDRs6, IDh6 e IDRe1; como resultado de la misma se obtiene que los resultados son en gran medida consistentes con los resultados del análisis de correlaciones previo.

Tabla 131. Test de Mann-Whitney para la presencia de departamentos / comités de RSC.

	IDRC	IDRS	IDRH	IDRE	IDRG	IDRc1	IDRc2	IDRc3	IDRc4	IDRc5
U de Mann-Whitney	73	52	68	57,5	62,5	72	79,5	65,5	64,5	54
W de Wilcoxon	164	143	159	148,5	153,5	163	170,5	156,5	155,5	145
Z	-0,59	-1,667	-0,846	-1,385	-1,128	-0,642	-0,257	-0,979	-1,027	-1,582
Sig. asintót. (bilateral)	0,555	0,096***	0,397	0,166	0,259	0,521	0,797	0,327	0,304	0,114
	IDRS1	IDRS2	IDRS3	IDRS4	IDRS5	IDRS6	IDRh1	IDRh2	IDRh3	
U de Mann-Whitney	47	78,5	75	84,5	71,5	30,5	84	72,5	72,5	
W de Wilcoxon	138	169,5	166	175,5	162,5	121,5	175	163,5	163,5	
Z	-1,931	-0,308	-0,488	0	-0,667	-2,778	-0,026	-0,616	-0,616	
Sig. asintót. (bilateral)	0,053***	0,758	0,625	1	0,505	0,005*	0,98	0,538	0,538	
	IDRh4	IDRh5	IDRh6	IDRh7	IDRe1	IDRe2	IDRe3	IDRe4	IDRe5	
U de Mann-Whitney	82	79,5	51	70	52	79,5	69,5	59,5	58,5	
W de Wilcoxon	173	170,5	142	161	143	170,5	160,5	150,5	149,5	
Z	-0,129	-0,257	-1,721	-0,745	-1,672	-0,257	-0,771	-1,284	-1,336	
Sig. asintót. (bilateral)	0,898	0,797	0,085***	0,456	0,095***	0,797	0,441	0,199	0,182	

\*p<0,01; \*\*p<0,05; \*\*\*p<0,10.

Fuente: elaboración propia.

Para examinar si las entidades que reciben ayudas estatales a causa de la actual crisis financiera acontecida y presentan algún tipo de diferencia significativa con respecto de aquellas que no han necesitado esta ayuda, se presenta de nuevo el test de Mann-Whitney. En la tabla 132 se presentan los resultados de dicha comparación. Dichos resultados son consistentes, en gran medida, con los resultados de las correlaciones de Pearson; de este modo se observa una elevada relación entre la variable Est\_Fin y la revelación de información; concretamente la variable independiente se encuentra relacionada con gran cantidad de indicadores RSC como son: IDRs, IDRc1, IDRs1, IDRs2, IDRs4, IDRe4.

Capítulo 4: Análisis de resultados

Tabla 132. Test de Mann-Whitney para la ayudas financieras recibidas por el estado a las EE.FF.D.

	IDRC	IDRS	IDRH	IDRE	IDRG	IDRc1	IDRc2	IDRc3	IDRc4	IDRc5
U de Mann-Whitney	54,5	40	84	60	43,5	39	58	72	80	70,5
W de Wilcoxon	159,5	145	162	165	148,5	144	163	150	185	175,5
Z	-1,519	-2,263	0	-1,235	-2,083	-2,32	-1,339	-0,62	-0,206	-0,702
Sig. asintót. (bilateral)	0,129	0,024**	1	0,217	0,037**	0,02**	0,18	0,535	0,837	0,483
	IDRS1	IDRS2	IDRS3	IDRS4	IDRS5	IDRS6	IDRh1	IDRh2	IDRh3	
U de Mann-Whitney	43	47	77	46,5	58	55,5	81	66,5	67	
W de Wilcoxon	148	152	182	151,5	163	160,5	186	171,5	145	
Z	-2,118	-1,906	-0,361	-1,932	-1,338	-1,47	-0,155	-0,902	-0,876	
Sig. asintót. (bilateral)	0,034**	0,057***	0,718	0,053***	0,181	0,141	0,877	0,367	0,381	
	IDRh4	IDRh5	IDRh6	IDRh7	IDRe1	IDRe2	IDRe3	IDRe4	IDRe5	
U de Mann-Whitney	70	83,5	77	58	61,5	66	78	28,5	79	
W de Wilcoxon	148	188,5	182	163	166,5	171	183	133,5	157	
Z	-0,722	-0,026	-0,361	-1,34	-1,161	-0,928	-0,309	-2,86	-0,258	
Sig. asintót. (bilateral)	0,47	0,979	0,718	0,18	0,246	0,353	0,757	0,004*	0,797	

\*p<0,01; \*\*p<0,05; \*\*\*p<0,10.

Fuente: elaboración propia.

Para finalizar el estudio de los test no paramétricos, para examinar si las entidades con diferentes compañías encargadas de verificar las memorias RSC varían sensiblemente en los niveles de transparencia informativa, se presenta de nuevo el test de Mann-Whitney. En la tabla 133 se presentan los resultados de dicha comparación. Dichos resultados son consistentes, en gran medida, con los resultados de las correlaciones de Pearson.

Tabla 133. Test de Mann-Whitney según el tamaño de la empresa auditora.

	IDRC	IDRS	IDRH	IDRE	IDRG	IDRc1	IDRc2	IDRc3	IDRc4	IDRc5
U de Mann-Whitney	73	73	76	63,5	83,5	77	54,5	70	78	58,5
W de Wilcoxon	151	178	181	141,5	161,5	182	132,5	175	156	136,5
Z	-0,566	-0,566	-0,411	-1,055	-0,026	-0,361	-1,52	-0,724	-0,309	-1,326
Sig. asintót. (bilateral)	0,571	0,572	0,681	0,291	0,979	0,718	0,129	0,469	0,757	0,185
	IDRS1	IDRS2	IDRS3	IDRS4	IDRS5	IDRS6	IDRh1	IDRh2	IDRh3	
U de Mann-Whitney	80,5	75,5	45,5	51	64	53	58,5	42	59	
W de Wilcoxon	185,5	153,5	150,5	156	169	131	136,5	147	137	
Z	-0,181	-0,438	-1,984	-1,7	-1,029	-1,599	-1,314	-2,164	-1,288	
Sig. asintót. (bilateral)	0,857	0,662	0,047**	0,089***	0,303	0,11	0,189	0,03**	0,198	
	IDRh4	IDRh5	IDRh6	IDRh7	IDRe1	IDRe2	IDRe3	IDRe4	IDRe5	
U de Mann-Whitney	61,5	75,5	76,5	59,5	67	61	77,5	83,5	55,5	
W de Wilcoxon	139,5	180,5	154,5	137,5	145	139	155,5	188,5	133,5	
Z	-1,161	-0,438	-0,386	-1,263	-0,877	-1,186	-0,335	-0,026	-1,469	
Sig. asintót. (bilateral)	0,246	0,661	0,699	0,207	0,381	0,236	0,738	0,979	0,142	

\*p<0,01; \*\*p<0,05; \*\*\*p<0,10.

Fuente: elaboración propia.

## 5.6. Análisis de regresión

Con el fin de examinar la estructura sugerida de determinantes de revelación de RSC, se lleva a cabo un análisis de regresión. El análisis de regresión depende de la fórmula  $y = f(x)$ . Existen veintiocho variables dependientes distintas en el análisis de regresión, y en función del tipo de datos de las variables dependientes, se determina el tipo de test a llevar a cabo; de este modo el tipo de test de regresión empleado es la regresión lineal por MCO.

### A. Diagnósticos de regresión lineal

Los modelos de regresión que examinan las variables dependientes (IDRg, IDRc,...,IDRe55), pueden ser realizados usando el modelo de regresión lineal, el cual es considerado por la literatura sobre revelación informativa como el más común de los

métodos empleados. Sin embargo, de forma previa será necesario verificar que los datos cumplen con las hipótesis subyacentes del modelo de regresión MCO, en caso contrario los resultados podrían carecer de validez estadística. Una serie de supuestos subyacen al modelo MCO: normalidad, homogeneidad de la varianza (homocedasticidad) y colinealidad. Estos supuestos son examinados para el conjunto de datos tanto a nivel de categorías de contenido, como de elementos de dichas categorías, para el promedio del período 2007-2010.

### B. Análisis de normalidad de los residuos

Como paso previo en el análisis de las hipótesis de contraste de los determinantes del grado de compromiso con la transparencia divulgativa, se va a comprobar a través de las siguientes tablas cuál es la distribución de las variables con el fin de elegir el método estadístico adecuado para comprobar la existencia de correlaciones entre las mismas. Para ello se utiliza la prueba de Kolmogorov-Smirnov en el caso de las variables continuas y la prueba binomial para las variables dicotómicas.

Tabla 134. Prueba Kolmogorov-Smirnov para una muestra.

	Dep_Cli	ROE	ROA	End	I_Mor	R_Efi
N	26	26	26	26	26	26
Z de Kolmogorov - Smirnov	0,427	1,115	0,456	0,635	0,603	0,457
Sig. asintót. (bilateral)	0,993	0,166	0,986	0,814	0,86	0,985
	R_Est	N_con	Con_Par	Ent_Cre	Inf_Pub	
N	26	26	26	26	26	
Z de Kolmogorov-Smirnov	0,531	0,557	0,465	0,706	1,059	
Sig. asintót. (bilateral)	0,94	0,915	0,982	0,701	0,212	

\*p<0,01; \*\*p<0,05; \*\*\*p<0,10.

Fuente: elaboración propia.

Tabla 135. Prueba binomial para una muestra

	Nj	Dual	RSC_Dep	Est_Fin	Aud
N	26	26	26	26	26
Proporción observada	0,23 / 0,77	0,5 / 0,5	0,5 / 0,5	0,54 / 0,46	0,54 / 0,46
Proporción de prueba	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5
Sig. asintót. (bilateral)	0,009	1	1	0,9	0,845

\*p<0,01; \*\*p<0,05; \*\*\*p<0,10.

Fuente: elaboración propia.

De acuerdo con los valores de la tabla 134 y tabla 135, las características de las entidades empleadas en el estudio siguen una distribución normal (excepto la naturaleza jurídica), por tanto se empleará el coeficiente de correlación de Pearson para comprobar la existencia de relaciones entre las variables.

### C. Detección de la autocorrelación

Se puede definir como la correlación entre los elementos de la serie de datos dentro de una variable. El modelo MCO, supone que no debe existir autocorrelación entre los errores de la variable, en otras palabras, estos deben ser independientes entre sí estadísticamente.

El estadístico de contraste de Durbin-Watson (DW, en adelante), es el método usado más frecuentemente para detectar la presencia de autocorrelación. se consideran unos límites admisibles para un valor DW entre 1,5 y 2,5. Estos se indican más adelante en cada uno de los modelos de regresión propuestos.

#### D. Diagnóstico de multicolinealidad

Una vez examinada la normalidad de la distribución de las variables endógenas, así como de la no correlación de los errores de estas; en la tabla 136 se muestra la existencia de correlaciones significativas entre distintas variables independientes, que llega a ser bastante elevada entre tres de las variables explicativas: por un lado se encuentra una fuerte correlación entre la variable depósitos de clientes (Dep\_Cli) y el ratio de estructura del activo (R\_Est); así como, entre la primera y la presencia internacional (Inter). Todo lo anterior sugiere la posible existencia de problemas de multicolinealidad entre las variables, para lo cual se propone el análisis de estas variables en dos modelos distintos. De este modo, los modelos empleados para aplicar el análisis de regresión cuentan con las siguientes peculiaridades:

- Modelo 1 → Excluye los factores ratio de estructura (R\_Est), así como la internacionalización (Inter).
- Modelo 2 → Prescinde de la variable tamaño (Dep\_Cli).

Para evaluar la multicolinealidad de las variables explicativas en cada uno de los modelos formulados, se han medido los niveles de tolerancia así como los factores de inflación de la varianza (FIV)<sup>114</sup> (anexo 20), que en ambos casos se encuentran dentro de los valores normales definidos por Neter *et al.* (1990), los cuales son un nivel de tolerancia  $> 0,10$  y  $FIV < 10$ . De este modo se puede decir que no existe multicolinealidad en los modelos definidos.

---

<sup>114</sup> Para examinar la posible existencia de multicolinealidad entre las variables se analizan los factores de inflación de la varianza (VIF). Una regla empírica, citada por Kleinbaum *et al.* (1988), consiste en considerar que existen problemas de colinealidad si algún *FIV* es superior a 10, que corresponde a algún  $R^2_i > 0,9$  y  $T_i < 0,1$ .



La Responsabilidad Social Corporativa en las Entidades Financieras de Depósito en España

Tabla 136. Correlaciones entre variables independientes.

	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	13	14	15	16	17	18
1 Nj	1																
2 Dep_Cli	(0,521)*	1															
3 Inter	(0,455)**	0,763*	1														
4 ROE	(0,292)	(0,057)	0,113	1													
5 ROA	0,277	(0,382)***	(0,178)	(0,165)	1												
6 End	(0,213)	0,377***	0,408**	(0,021)	0,182	1											
7 L_Mor	(0,19)	(0,143)	(0,227)	0,314	(0,407)**	(0,325)	1										
8 R_Efi	0,276	(0,497)**	(0,464)**	0,176	0,075	(0,142)	0,125	1									
9 R_Est	(0,47)**	0,936*	0,71*	(0,054)	(0,301)	0,298	(0,143)	(0,410)**	1								
10 N_con	0,343***	0,289	0,42**	(0,101)	(0,068)	0,181	(0,256)	(0,165)	0,304	1							
11 Dual	0,548*	(0,117)	(0,078)	(0,318)	(0,115)	(0,223)	(0,07)	0,122	(0,12)	0,49**	1						
13 Con_Par	0,317	0,241	0,12	(0,172)	(0,1949)	(0,03)	(0,022)	(0,26)	0,251	0,39**	0,34***	1					
14 RSC_Dep	(0,183)	0,248	(0,078)	(0,025)	(0,498)*	(0,072)	(0,357)***	(0,015)	0,283	(0,032)	0,077	(0,041)	1				
15 Ent_Cre	(0,044)	0,445**	0,267	(0,04)	(0,107)	0,009	(0,094)	(0,163)	0,5**	0,39**	(0,055)	0,345***	0,126	1			
16 Inf_Pub	(0,296)	0,386***	0,149	(0,06)	(0,36)***	0,251	0,299	(0,085)	0,5**	(0,024)	0,02	0,318	0,454**	0,223	1		
17 Est_Fin	0,507*	(0,141)	(0,168)	(0,353)***	0,379***	0,156	(0,384)***	0,039	0,008	0,267	0,154	0,286	(0,154)	0,153	0,222	1	
18 Aud	(0,324)	0,498**	0,324	(0,077)	0,016	0,472**	(0,121)	0,022	0,48**	(0,055)	(0,309)	(0,177)	0,154	0,206	0,055	(0,071)	1

Las correlaciones son significativas a niveles de \*p<0,01; \*\*p<0,05; \*\*\*p<0,01. Fuente: elaboración propia.

### E. Panel de análisis de datos

Con el fin de mejorar la explicación ofrecida, se ha tratado de aplicar en la medida de lo posible una selección de subconjuntos de variables independientes que traten de optimizar el resultado de los modelos originales en los casos donde se aprecia una mayor posibilidad de existencia de relación de dependencia lineal<sup>115</sup>. El objetivo es seleccionar aquellas variables que sin ser redundantes proporcionen la mejor explicación de la variable dependiente.

Con el fin de poder comentar los resultados del análisis de las relaciones entre factores y variables dependientes se va a seguir la siguiente estructura:

- Presentación del modelo 1 y comentario de los resultados.
- Presentación resultados modelo 2 y comentario de los resultados (si difieren del modelo 1).
- Modelo 1 para categorías informativas.

De manera general, del conjunto de variables, 10 de ellas (62,5%) se encuentran relacionadas con las categorías de contenido; de entre todas 8 (50%) explican 2 ó 3 índices de divulgación y otras 2 (12,5%) solo llegan a estar relacionadas con 1 de ellas.

La aplicación del modelo de regresión a las categorías de contenido determina la bondad del ajuste para los contenidos comunidad ( $R^2 = 0,846$ ) y medioambiente ( $R^2 = 0,758$ ), si bien no ocurre lo mismo para el resto. En el primer caso, se ha identificado que el IDRs se puede explicar por medio de diez determinantes: por un lado como

---

<sup>115</sup> Para la optimización del modelo regresivo, en el programa estadístico SPSS, se selecciona el método de regresión “hacia atrás” o *backward*, el cual consiste en la selección de todas las variables en la ecuación y después se van excluyendo una tras otra. El criterio de exclusión se basa en la eliminación de las variables con menor correlación parcial con la variable dependiente. De este modo se sacan una por una del modelo y en cada ocasión se recalcula el modelo hasta lograr la optimización del grado de correlación global del modelo.

factores que afectan de manera positiva se encuentran variables de gobierno corporativo (N\_Con y Con\_Par) y otras variables (RSC\_Dep, Est\_Fin y Aud). Como factores negativos destacan: el tamaño (Dep\_Cli), la rentabilidad (ROA), estructura económica (R\_Efi), gobierno corporativo (Dual) y la experiencia (Ent\_Cre). En cuanto al indicador de transparencia medioambiental un total de 6 factores explican su comportamiento; entre los factores asociados de manera directa se encuentran la cifra de créditos impagados (I\_Mor), la estructura de gobierno corporativo por medio de la paridad en el consejo (C\_Par). Y otras variables como la financiación estatal (Est\_Fin) y la empresa auditora (Aud). En el lado opuesto, la naturaleza jurídica (NJ) y la experiencia de la entidad (Ent\_Cre) están inversamente relacionados.

Tabla 137. Análisis de regresión para las categorías de contenido. Modelo 1.

	IDRg		IDRc		IDRs		IDRh		IDRe	
	$\beta$	Sig.	$\beta$	Sig.	$\beta$	Sig.	$\beta$	Sig.	$\beta$	Sig.
Constante	0,686	0,22	3,094*	0,002	4,728*	0	(1,333)	0,779	1,181***	0,067
Nj			0,458**	0,027			(0,034)	0,957	(0,494)*	0,005
Dep_Cli					(0,399)*	0,001	(0,247)	0,711		
Inter							(0,046)	0,893		
ROE							(0,294)	0,480	(0,162)	0,337
ROA			(0,367)***	0,06	(0,617)*	0,003				
End	0,181	0,332					0,411	0,381		
I_Mor			(0,594)**	0,013	(0,327)	0,136	(0,119)	0,789	0,304**	0,048
R_Efi					(0,676)**	0,011	0,099	0,801		
R_Est										
N_con			(0,462)***	0,067	0,026*	0,009	0,371	0,462		
Dual					(0,131)***	0,053	(0,239)	0,616		
Con_Par	0,472**	0,023	0,535**	0,025	0,53***	0,058	0,034	0,936	0,549*	0,002
RSC_Dep	0,416**	0,027	0,386**	0,045	0,181*	0,006	0,301	0,434	0,125	0,41
Ent_Cre	(0,349)***	0,07			(0,106)***	0,078	(0,107)	0,781	(0,264)***	0,069
Inf_Pub							(0,294)	0,651		
Est_Fin	0,315***	0,083			0,203*	0,003	0,083	0,874	0,653*	0,001
Aud	0,241	0,166	0,259	0,15	0,119***	0,08	(0,233)	0,619	0,323**	0,028
R	0,736		0,751		0,920		0,574		0,871	
R <sup>2</sup>	0,542		0,563		0,846		0,330		0,758	
R <sup>2</sup> corregida	0,398		0,393		0,725		-0,676		0,644	
D-W	2,316		2,495		2,125		1,835		1,77	

Los coeficientes son significativos a niveles de \*p<0,01; \*\*p<0,05; \*\*\*p<0,10.

Fuente: elaboración propia.

Capítulo 4: Análisis de resultados

Modelo 2

En este caso, al igual que con el modelo 1 solo la transparencia informativa de comunidad y medioambiente puede ser explicada por los factores seleccionados. En cuanto al IDRs, el modelo 2 tiene un mayor poder explicativo ( $R^2 = 0,849$ ), y además, consigue explicar el comportamiento con menor número de variables independientes, 9 en lugar de 10. En segundo lugar, los contenidos IDRe son también mejor explicados por el modelo 2 ( $R^2 = 0,781$ ), haciéndolo por medio de 5 factores o variables independientes.

Tabla 138. Análisis de regresión para las categorías de contenido. Modelo 2.

	IDRg		IDRc		IDRs		IDRh		IDRe	
	$\beta$	Sig.	$\beta$	Sig.	$\beta$	Sig.	$\beta$	Sig.	$\beta$	Sig.
Constante	0,686	0,22	3,094*	0,002	3,298	0	0,031	0,995	0,676	0,635
Nj			0,458**	0,027			(0,176)	0,777	(0,541)**	0,011
Dep_Cli							(0,333)	0,566	(0,149)	0,43
Inter							0,020	0,954		
ROE							(0,269)	0,499	(0,226)	0,157
ROA			(0,367)***	0,06	(0,451)*	0,009	0,260	0,613	0,255	0,255
End	0,181	0,33					0,260	0,613	0,255	0,255
I_Mor			(0,594)**	0,013	(0,161)	0,246	(0,273)	0,557	0,349	0,113
R_Efi					(0,292)**	0,036	(0,002)	0,996		
R_Est					(0,752)*	0,001	(0,385)	0,568		
N_con			(0,462)***	0,067	0,47*	0,007	0,674	0,263		
Dual					(0,355)**	0,031	(0,297)	0,544		
Con_Par	0,472**	0,02	0,535**	0,025	0,295***	0,055	0,036	0,931	0,636*	0,002
RSC_Dep	0,416**	0,02	0,386**	0,045	0,499*	0,002	0,225	0,591	0,177	0,216
Ent_Cre	(0,349)*	0,07			(0,279)***	0,054	(0,174)	0,651	(0,412)**	0,02
Inf_Pub							(0,054)	0,938		
Est_Fin	0,315***	0,08			0,599*	0	0,005	0,992	0,558*	0,005
Aud	0,241	0,16	0,259	0,15	0,203	0,162	(0,040)	0,934	0,374**	0,019
R <sub>2</sub>	0,736		0,751		0,922		0,632		0,884	
R <sup>2</sup>	0,542		0,563		0,849		0,399		0,781	
R <sup>2</sup> corregida	0,398		0,393		0,731		(0,668)		0,636	
D-W	2,316		2,495		2,078		1,739		1,675	

Los coeficientes son significativos a niveles de \*p<0,01; \*\*p<0,05; \*\*\*p<0,10.

Fuente: elaboración propia.

Elementos de categoría de contenido.

Categoría clientes

Si bien 12 (75%) de los factores cuentan con algún tipo de correlación parcial con los elementos de categorías de contenido sobre clientes, solo en el caso de la transparencia en la información sobre el fomento del consumo ético entre los clientes puede ser explicado por medio de la elaboración de un modelo de regresión.

El fomento del consumo ético entre los clientes (IDRc1), es explicado preferiblemente a través del modelo 1 ( $R^2 = 0,757$ ), a través de un total de 7 variables. De forma positiva se encuentran asociados el ROE, Con\_Par, RSC\_Dep y Est\_Fin; por otra parte de forma negativa afectan al nivel de transparencia variables como ROA, Inter y Ent\_Cre.

Tabla 139. Análisis de regresión para los elementos de contenido de clientes. Modelo 1.

	IDRc1		IDRc2		IDRc3		IDRc4		IDRc5	
	$\beta$	Sig.	$\beta$	Sig.	$\beta$	Sig.	$\beta$	Sig.	$\beta$	Sig.
Constante	5,827*	0	2,379*	0,006	5,366*	0,004	2,335**	0,036	(0,325)	0,801
Nj			0,334	0,33			0,661*	0,005		
Dep_Cli	(0,683)*	0,005					0,425***	0,054	(0,557)**	0,027
Inter					(0,4)**	0,045			0,299	0,158
ROE	0,381***	0,057	(0,482)***	0,065	(0,478)**	0,025			(0,265)	0,169
ROA	(0,662)*	0,001							0,331***	0,088
End							(0,576)*	0,002		
I_Mor	(0,216)	0,228	(0,406)***	0,077						
R_Efi										
R_Est										
N_con										
Dual			(0,622)**	0,023						
Con_Par	0,447**	0,022	0,517***	0,064	0,266	0,196	0,167	0,382		
RSC_Dep	0,63*	0,005							0,562*	0,009
Ent_Cre	(0,518)*	0,007			(0,332)	0,129	(0,266)	0,148	0,453**	0,031
Inf_Pub	(0,19)	0,342	0,384	0,171						
Est_Fin	0,777*	0,001	(0,357)	0,22			(0,528)**	0,012	0,293	0,125
Aud	0,28	0,109	0,392***	0,051					0,262	0,156
R	0,87		0,727		0,565		0,778		0,787	
R <sup>2</sup>	0,757		0,528		0,319		0,605		0,619	
R <sup>2</sup> corregida	0,595		0,306		0,19		0,48		0,439	
D-W	2,489		1,873		2,49		1,827		1,843	

Los coeficientes son significativos a niveles de \*p<0,01; \*\*p<0,05; \*\*\*p<0,10.

Fuente: elaboración propia.

Capítulo 4: Análisis de resultados

Tabla 140. Análisis de regresión para los elementos de contenido de clientes. Modelo 2.

	IDRc1		IDRc2		IDRc3		IDRc4		IDRc5	
	$\beta$	Sig.	$\beta$	Sig.	$\beta$	Sig.	$\beta$	Sig.	$\beta$	Sig.
Constante	4,311*	0,001	2,379*	0,006	4,142**	0,024	3,425*	0,002	(2,413)	0,199
Nj			0,334	0,33			0,692*	0,008		
Dep_Cli										
Inter	(0,892)	0,016								
ROE	0,88*	0,005	(0,482)	0,065			0,375	0,103		
ROA	(0,532)*	0,008			(0,43)***	0,061				
End									0,262	0,308
I_Mor	(0,2)	0,32	(0,406)	0,077			(0,807)*	0,001	0,188	0,466
R_Efi	(0,309)	0,205			0,221	0,301				
R_Est	0,426**	0,04								
N_con							(0,297)	0,189		
Dual	0,556**	0,013	(0,622)	0,023						
Con_Par			0,517***	0,064	0,276	0,215	0,283	0,21		
RSC_Dep	0,419**	0,039			0,196	0,327	0,287	0,141	0,401***	0,059
Ent_Cre	(0,546)*	0,004			(0,361)	0,127			0,47**	0,021
Inf_Pub	(0,31)	0,161	0,384	0,171					(0,161)	0,462
Est_Fin	0,817*	0,001	(0,357)	0,22			(0,446)**	0,035	0,19	0,352
Aud			0,392***	0,051						
R	0,867		0,727		0,506		0,777		0,687	
R <sup>2</sup>	0,751		0,528		0,256		0,604		0,472	
R <sup>2</sup> corregida	0,556		0,306		0,069		0,45		0,306	
D-W	2,808		1,873		2,088		1,845		2,335	

Los coeficientes son significativos a niveles de \*p<0,01; \*\*p<0,05; \*\*\*p<0,10.

Fuente: elaboración propia.

### Categoría comunidad

En relación al conjunto de diferentes contenidos relacionados con la atención a la comunidad, se observa que un total de 14 variables (82,35%) se encuentran relacionadas con el nivel de transparencia. Sin embargo, solo en dos casos, el cumplimiento de la legislación sobre la competencia y la corrupción (IDRs4) y la actividad social externa (IDRs6), la transparencia en la política divulgativa se puede explicar a través de las diferentes variables propuestas.

En el caso de IDRs4, el modelo de regresión 2 permite alcanzar un grado de ajuste  $R^2 = 0,869$ . Entre las variables explicativas se encuentra que, de forma positiva, afectan al índice de divulgación el número de consejeros (N\_Con) y la existencia de un

departamento de RSC (RSC\_Dep) a un nivel de significación del 1%, así como la ayuda estatal (Est\_Fin,  $p < 5\%$ ) y la rentabilidad (ROE,  $p < 10\%$ ). Por otra parte, de manera inversa otras variables también ayudan a explicar este índice, así se encuentra la experiencia de las entidades por medio de la variable Ent\_Cre ( $p < 1\%$ ), la morosidad y la estructura del activo ( $p < 5\%$ ) y la dualidad en la dirección de las entidades ( $p < 10\%$ ).

En segundo lugar, el IDRs6, al igual que en el caso anterior, el comportamiento divulgativo sobre las acciones de la actividad social hacia la comunidad a través de la comercialización de productos y servicios y la medición de sus impactos indirectos como intermediario financiero, son explicados por el modelo 2 con un grado de ajuste  $R^2 = 0,771$ . De forma positiva, la calidad de la información está determinada por la ayuda estatal (Est\_Fin,  $p < 1\%$ ), la existencia de un departamento RSC (RSC\_Dep,  $p < 5\%$ ) y una mayor presencia de mujeres en los consejos de administración (Con\_Par,  $p < 10\%$ ). Además la naturaleza jurídica, en este caso ser una EE.FF.D. de origen social (NJ,  $p < 1\%$ ) y tener presencia internacional (Inter,  $p < 5\%$ ), condicionan de forma negativa la transparencia divulgativa de IDRs6.

Capítulo 4: Análisis de resultados

Tabla 141. Análisis regresivo para los elementos de contenido de comunidad. Modelo 1.

	IDRs1		IDRs2		IDRs3		IDRs4		IDRs5		IDRs6	
	$\beta$	Sig.	$\beta$	Sig.	$\beta$	Sig.	$\beta$	Sig.	$\beta$	Sig.	$\beta$	Sig.
Constante	0,056	0,9	(0,003)	0,998	0,412	0,876	4,276*	0	(2,867)	0,379	(0,075)	0,813
Nj			0,475***	0,051							(0,338)***	0,065
Dep_Cli							(0,403)**	0,014	(0,633)*	0,008		
Inter												
ROE					(0,283)***	0,084						
ROA					(0,362)***	0,055						
End			0,224	0,271	0,366	0,125			0,65*	0,009		
I_Mor	0,356***	0,086			0,423***	0,066			0,365	0,101		
R_Efi			(0,37)***	0,072	0,176	0,316			(0,321)	0,106	0,185	0,183
R_Est												
N_con	0,297	0,111			0,674*	0,002	0,375**	0,045	0,554**	0,017		
Dual			(0,268)	0,197			(0,363)**	0,027	(0,221)	0,204	(0,32)***	0,056
Con_Par			0,235	0,329			0,362**	0,049			0,47*	0,005
RSC_Dep	0,539*	0,008					0,477*	0,003	0,456**	0,01	0,483*	0,001
Ent_Cre					(0,815)*	0	(0,638)*	0	(0,548)*	0,009		
Inf_Pub	(0,481)**	0,023	0,322	0,147			(0,475)*	0,006				
Est_Fin	0,587	0,005					0,463*	0,003	0,2	0,206	0,484*	0,004
Aud											0,234***	0,079
R	0,726		0,746		0,786		0,891		0,848		0,878	
R <sup>2</sup>	0,527		0,557		0,617		0,794		0,719		0,771	
R <sup>2</sup> corregida	0,409		0,417		0,468		0,696		0,562		0,682	
D-W	2,348		2,286		2,56		2,145		2,667		2,383	

Los coeficientes son significativos a niveles de \*p<0,01; \*\*p<0,05; \*\*\*p<0,10.

Fuente: elaboración propia.



Tabla 142. Análisis de regresión para los elementos de contenido sobre comunidad.

Modelo 2.

	IDRs1		IDRs2		IDRs3		IDRs4		IDRs5		IDRs6	
	$\beta$	Sig.	$\beta$	Sig.	$\beta$	Sig.	$\beta$	Sig.	$\beta$	Sig.	$\beta$	Sig.
Constante	0,453	0,17	(0,054)	0,967	(3,65)	0,225	4,535*	0	(6,903)**	0,031	(1,915)	0,492
Nj	0,244	0,269			(0,341)	0,147					(0,515)	0,005
Dep_Cli					(0,62)*	0,006	(0,284)	0,168			(0,339)	0,041
Inter							0,218***	0,094				
ROE					(0,327)***	0,052					(0,223)	0,174
ROA			0,188	0,305	0,811*	0,005			0,756*	0,005	0,16	0,292
End					0,507**	0,034	(0,317)**	0,024	0,563**	0,032		
I_Mor			(0,249)	0,165			(0,186)	0,149				
R_Efi					(0,268)	0,107	(0,548)**	0,012				
R_Est					0,825*	0,002	0,511*	0,006	0,444***	0,076		
N_con					0,33***	0,088	(0,306)***	0,055	(0,181)	0,338		
Dual			0,353***	0,062	(0,406)	0,109	0,189	0,161			0,26***	0,092
Con_Par	0,57*	0,007					0,439*	0,004	0,422**	0,038	0,321**	0,036
RSC_Dep	0,22	0,198	0,186	0,317	(0,783)*	0	(0,571)*	0	(0,704)	0,003	0,183	0,189
Ent_Cre	(0,262)	0,246			0,345***	0,098			(0,255)	0,22		
Inf_Pub	0,361	0,119					0,334**	0,019	0,334***	0,096	0,587*	0,001
Est_Fin											0,221	0,137
Aud												
R	0,701		0,672		0,886		0,932		0,772		0,894	
R <sup>2</sup>	0,492		0,451		0,785		0,869		0,595		0,799	
R <sup>2</sup> corregida	0,365		0,347		0,617		0,766		0,405		0,686	
D-W	2,27		1,879		2,59		2,332		2,226		2,102	

Los coeficientes son significativos a niveles de \*p<0,01; \*\*p<0,05; \*\*\*p<0,10.

Fuente: elaboración propia.

### Categoría empleados

En relación al conjunto de diferentes contenidos relacionados con los empleados de las entidades, se observa un total de 15 variables (88,24%) se encuentran relacionadas con el nivel de transparencia. A pesar de ello, solo en dos casos, las acciones de cuidado de la salud y la seguridad en el trabajo (IDRh2) y la información sobre las condiciones de contratación y despido aplicadas (IDRh5), la transparencia en la política divulgativa se puede explicar a través de las diferentes variables propuestas.

En el primer caso, IDRh2, el modelo de regresión 1 es el que mejor explica el comportamiento divulgativo, con un  $R^2 = 0,786$ . En este caso, entre los factores que de

manera directa determinan el cuidado de la salud de los trabajadores, se encuentran: el tamaño del consejo de administración (N\_Con,  $p < 1\%$ ), la rentabilidad (ROE,  $p < 5\%$ ), así como la naturaleza jurídica en forma de entidades de carácter social y la dualidad en la dirección (ambas a un nivel  $p < 10\%$ ). Por otra parte, se encuentra que de forma negativa el índice está determinado por la eficiencia productiva (R\_Efi), una menor presencia de mujeres en los consejos (Con\_Par) y la no presencia internacional (Inter) todas ellas a un nivel  $p < 1\%$ ; además la mayor experiencia de las EE.FF.D. (medida como Ent\_Cre) y el empleo de empresas auditoras pequeñas (Aud) influyen a niveles  $p < 5\%$  y  $p < 10\%$ , respectivamente.

En el segundo caso, IDRh5, el modelo de regresión que mejor explica el comportamiento de la variable dependiente, es el modelo 2 ( $R^2 = 0,75$ ). Entre los factores directamente relacionados con IDRh5 se encuentran el tamaño del consejo (N\_Con) y la experiencia de la entidad en la publicación de memorias sociales (Inf\_Pub) a un nivel  $p < 1\%$ ; así como la rentabilidad (ROE) y la contratación de grandes auditoras (Aud), ambas a un nivel  $p < 5\%$ . Por otra parte de forma negativa influyen un menor grado de paridad (Con-Par) a un nivel  $p < 1\%$ , bajos niveles de endeudamiento (End) y de morosidad (I\_Mor), elevada eficiencia (R\_Efi) y la fortaleza financiera que hace que no se hayan tenido que pedir ayudas financieras al Estado (Est\_Fin), todas ellas a un nivel  $p < 5\%$ ; y finalmente, a un nivel  $p < 10\%$ , también influyen la concentración de la dirección de la entidad en una única persona (Dual), la no presencia internacional (Inter), así como la no presencia de un departamento dedicado a la RSC (RSC\_Dep).

Tabla 143. Análisis de regresión para los elementos de contenido de empleados.

Modelo 1.

	IDRh1		IDRh2		IDRh3		IDRh4	
	$\beta$	Sig.	$\beta$	Sig.	$\beta$	Sig.	$\beta$	Sig.
Constante	2,868*	0,005	0,074	0,949	(4,591)	0,134	(1,561)	0,158
Nj			0,478***	0,078			0,497***	0,081
Dep_Cli					0,348	0,265		
Inter			(1,091)*	0,009				
ROE	0,406	0,107	0,885**	0,022	(0,258)	0,233	0,46***	0,074
ROA			0,198	0,282			0,301	0,156
End					0,659**	0,031		
I_Mor	(0,47)***	0,071	0,243	0,262	0,435	0,131		
R_Efi	(0,209)	0,333	(0,874)*	0,009	0,416***	0,098		
R_Est			0,214	0,299				
N_con	(0,656)**	0,035	0,876*	0,003	0,401	0,124	0,404	0,103
Dual	0,514***	0,074	0,487***	0,085				
Con_Par	0,304	0,275	(0,804)*	0,008			(0,403)	0,119
RSC_Dep	0,313	0,173	0,212	0,28				
Ent_Cre			(0,405)***	0,055	(0,75)*	0,005		
Inf_Pub								
Est_Fin					(0,308)	0,15	(0,367)	0,133
Aud			(0,322)***	0,09	0,467**	0,048	0,209	0,309
R	0,6		0,886		0,729		0,645	
R <sup>2</sup>	0,36		0,786		0,531		0,416	
R <sup>2</sup> corregida	0,111		0,554		0,268		0,188	
D-W	2,559		1,536		2,092		1,79	

## Capítulo 4: Análisis de resultados

	IDRh5		IDRh6		IDRh7	
	$\beta$	Sig.	$\beta$	Sig.	$\beta$	Sig.
Constante	8,739	0,173	6,583**	0,035	(0,033)	0,975
Nj	0,641	0,193	0,768**	0,011	(0,519)	0,145
Dep_Cli	(0,581)	0,265	(0,631)**	0,035	0,87*	0,004
Inter						
ROE	0,409	0,140	0,837*	0,007	(0,417)***	0,089
ROA	0,117	0,710				
End	(0,469)	0,200	(0,429)	0,161		
I_Mor	(0,497)	0,161	(0,377)	0,187		
R_Efi	(0,466)	0,142	(0,601)**	0,032	0,344	0,142
R_Est						
N_con	0,745***	0,071				
Dual	(0,340)	0,357				
Con_Par	(0,690)***	0,050			0,554**	0,046
RSC_Dep	(0,239)	0,414	0,788*	0,004		
Ent_Cre	0,164	0,576			(0,53)**	0,018
Inf_Pub	1,136**	0,039			(0,609)**	0,023
Est_Fin	(0,609)	0,146			0,352	0,127
Aud	0,372	0,306				
R	0,783		0,69		0,736	
R <sup>2</sup>	0,612		0,476		0,542	
R <sup>2</sup> corregida	0,031		0,273		0,327	
D-W	1,906		2,486		2,369	

Los coeficientes son significativos a niveles de \*p<0,01; \*\*p<0,05; \*\*\*p<0,10.

Fuente: elaboración propia.

Tabla 144. Análisis de regresión para los elementos de contenido de empleados

Modelo 2.

	IDRh1		IDRh2		IDRh3		IDRh4	
	$\beta$	Sig.	$\beta$	Sig.	$\beta$	Sig.	$\beta$	Sig.
Constante	2,527*	0,006	(0,394)*	0,008	(5,358)***	0,08	0,836	0,884
Nj			0,365***	0,082	(0,423)	0,131	0,188	0,706
Dep_Cli								
Inter	0,43***	0,05	0,337	0,235			0,483	0,307
ROE					(0,317)	0,195	(0,046)	0,869
ROA			(0,408)**	0,046			0,073	0,815
End			(0,187)**	0,022	0,824**	0,016	0,007	0,985
I_Mor	(0,347)	0,144			0,6**	0,044	(0,036)	0,922
R_Efi			(0,457)	0,221	0,419***	0,078	0,072	0,816
R_Est			0,968***	0,079			(0,822)	0,146
N_con	(0,677)**	0,026	(0,322)*	0	0,487***	0,052	0,736	0,136
Dual	0,297	0,189					(0,304)	0,437
Con_Par	0,413	0,12					(0,138)	0,682
RSC_Dep	0,243	0,25	(0,475)***	0,067			0,104	0,754
Ent_Cre			0,208*	0,009	(0,725)*	0,005	(0,204)	0,508
Inf_Pub			(0,394)	0,238			0,311	0,577
Est_Fin							(0,336)	0,432
Aud					0,555**	0,015	0,453	0,260
R	0,599		0,87		0,707		0,787	
R <sup>2</sup>	0,359		0,757		0,5		0,620	
R <sup>2</sup> corregida	0,157		0,595		0,265		(0,056)	
D-W	2,756		2,446		2,062		1,683	

## Capítulo 4: Análisis de resultados

	IDRh5		IDRh6		IDRh7	
	$\beta$	Sig.	$\beta$	Sig.	$\beta$	Sig.
Constante	12,14**	0,017	3,143	0,12	1,805***	0,061
Nj	0,478	0,203	0,836**	0,012	(0,639)	0,101
Dep_Cli						
Inter	(0,586)***	0,098	(0,639)***	0,085	0,542***	0,086
ROE	0,509**	0,027	0,922*	0,006	(0,391)	0,222
ROA			0,269	0,204		
End	(0,679)**	0,023	(0,4)	0,15		
I_Mor	(0,715)**	0,016				
R_Efi	(0,597)**	0,02	(0,782)**	0,013	0,326	0,24
R_Est	(0,607)	0,138	0,625**	0,02		
N_con	1,194*	0,001	0,315	0,204		
Dual	(0,454)***	0,099				
Con_Par	(0,739)*	0,009			0,679**	0,035
RSC_Dep	(0,423)***	0,088	0,468**	0,046	0,38	0,142
Ent_Cre			(0,334)	0,157	(0,403)***	0,07
Inf_Pub	1,441*	0,002	(0,343)	0,141	(0,711)**	0,03
Est_Fin	(0,646)**	0,044			0,561**	0,047
Aud	0,624*	0,037			0,246	0,274
R	0,866		0,786		0,726	
R <sup>2</sup>	0,75		0,618		0,526	
R <sup>2</sup> corregida	0,431		0,317		0,211	
D-W	1,468		2,843		1,939	

Los coeficientes son significativos a niveles de \*p<0,01; \*\*p<0,05; \*\*\*p<0,10.

Fuente: elaboración propia.

### Categoría medioambiente

En relación al conjunto de diferentes contenidos relacionados con los empleados de las entidades, se observa un total de 9 variables (52,94%) que se encuentran relacionadas con el nivel de transparencia. De este modo, en tres de las cinco categorías informativas, la transparencia en la política divulgativa se puede explicar a través de las diferentes variables propuestas. Estos índices son: las políticas medioambientales (IDRe1), las medidas sobre los impactos directos relacionados con los consumos energéticos (IDRe2) y las medidas adoptadas para medir y prevenir los impactos indirectos (IDRe5).

En cuanto al conjunto de la política medioambiental (IDRe1), el grado de ajuste del modelo de regresión 1 es muy elevado ( $R^2 = 0,812$ ). En él influyen positivamente (a un nivel  $p < 1\%$ ) el tamaño de la entidad (Dep\_Cli), la experiencia acumulada en la publicación de memorias RSC (Inf\_Pub) y la necesidad de ayuda estatal (Est\_Fin). Por otra parte, una estructura patrimonial con más deudas (End) y una mayor antigüedad de las entidades (Ent\_Cre) influyen negativamente (a un nivel  $p < 1\%$ ) en la transparencia de las políticas medioambientales.

En segundo lugar, el modelo de regresión 2 ofrece un grado de ajuste  $R^2 = 0,774$ . En este caso una mayor presencia de mujeres (Con\_Par) a un nivel  $p < 1\%$ , unido al trabajo de auditoría de grandes compañías (Aud,  $p < 5\%$ ), así como un mayor tamaño del consejo (N\_Con) y la financiación del Estado (Est\_Fin), a un nivel  $p < 10\%$ , condicionan positivamente la transparencia sobre los impactos medioambientales directos. Por otra parte, de forma inversa, una mayor experiencia de la entidad (Ent\_cre,  $p < 1\%$ ) un menor nivel de rentabilidad (ROE y ROA,  $p < 5\%$ ) y tratarse de una entidad no social (Nj,  $p < 10\%$ ) influyen en el índice IDRe2.

Finalmente, en el caso del IDRe5, el modelo de regresión 1 ofrece un ajuste cercano al valor 1 (relación perfecta), siendo esta categoría de contenido la que mejor se explica gracias a los modelos y variables explicativas propuestas con un  $R^2 = 0,919$ . Por una parte, a un nivel  $p < 1\%$ , el tamaño de la entidad, (Dep\_Cli), el número de mujeres en el consejo (Con\_Par) y una estructura financiera con mayor volumen de deuda (End), explican el indicador; además un mayor nivel de morosidad (I\_Mor) también se encuentra relacionado de forma directa a un nivel  $p < 5\%$ . De manera inversa se encuentra, que las entidades de origen no social (Nj) y un mayor tamaño del consejo de administración, afectan a la transparencia sobre IDRe5.

Capítulo 4: Análisis de resultados

Tabla 145. Análisis de regresión para los elementos de contenido de medioambiente.

Modelo 1.

	IDRe1		IDRe2		IDRe3		IDRe4		IDRe5	
	$\beta$	Sig.	$\beta$	Sig.	$\beta$	Sig.	$\beta$	Sig.	$\beta$	Sig.
Constante	4,756*	0,004	3,252*	0,004	(2,621)	0,366	(3,939)***	0,063	(5,605)*	0,002
Nj			(0,244)	0,295			(0,872)*	0,005	(0,318)**	0,027
Dep_Cli	0,726*	0							0,374*	0,004
Inter										
ROE			(0,383)***	0,05			(0,259)	0,226		
ROA			(0,322)	0,124	(0,275)	0,253				
End	(0,384)*	0,003			0,459	0,139	0,609**	0,037	0,418*	0,006
I_Mor			0,181	0,327	0,822**	0,011	0,605**	0,026	0,369**	0,018
R_Efi			0,271	0,151	0,319	0,168	0,517**	0,016		
R_Est										
N_con			0,303	0,165	0,37	0,15	0,315	0,222	(0,328)**	0,018
Dual			(0,461)***	0,059			0,342	0,144	(0,204)	0,105
Con_Par			0,585*	0,009					0,517*	0,001
RSC_Dep			(0,156)	0,396					0,131	0,153
Ent_Cre	(0,453)*	0,001	(0,712)*	0,001	(0,522)***	0,054	(0,294)	0,157	0,16	0,139
Inf_Pub	0,531*	0								
Est_Fin	0,387*	0,002	0,33	0,107	0,284	0,214	0,847*	0,001	0,177	0,136
Aud			0,331***	0,068	0,384***	0,084	0,309***	0,089		
R	0,901		0,867		0,659		0,833		0,959	
R <sup>2</sup>	0,812		0,752		0,434		0,694		0,919	
R <sup>2</sup> corregida	0,765		0,522		0,168		0,49		0,865	
D-W	2,335		2,119		2,034		1,936		2,778	

Los coeficientes son significativos a niveles de \*p<0,01; \*\*p<0,05; \*\*\*p<0,10.

Fuente: elaboración propia.



Tabla 146. Análisis de regresión para los elementos de contenido de medioambiente.

Modelo 2.

	IDRe1		IDRe2		IDRe3		IDRe4		IDRe5	
	$\beta$	Sig.	$\beta$	Sig.	$\beta$	Sig.	$\beta$	Sig.	$\beta$	Sig.
Constante	6,545*	0,005	4,194*	0	(3,59)	0,135	(3,001)	0,131	(4)**	0,042
Nj			(0,483)	0,073			(0,774)*	0,004	(0,429)**	0,02
Dep_Cli										
Inter					(0,669)**	0,024			0,283**	0,045
ROE	0,132	0,302	(0,357)	0,043	0,367	0,14				
ROA	(0,256)	0,1	(0,355)	0,043						
End	(0,341)**	0,031			0,448	0,112	0,434***	0,087	0,359**	0,039
I_Mor					0,692**	0,017	0,412***	0,082	0,295***	0,077
R_Efi	(0,229)	0,113	0,235	0,178			0,457**	0,025		
R_Est	0,236	0,221	(0,43)	0,102	0,286	0,15			(0,194)***	0,076
N_con			0,399***	0,06	0,602**	0,021			(0,407)**	0,013
Dual			(0,461)	0,039			0,521*	0,009	(0,227)	0,11
Con_Par			0,72*	0,001					0,585*	0,001
RSC_Dep									0,305*	0,009
Ent_Cre	(0,383)*	0,009	(0,681)*	0,001	(0,545)**	0,028			0,306**	0,015
Inf_Pub	0,542*	0,002								
Est_Fin	0,441*	0,007	0,372***	0,056			0,883*	0	0,277**	0,047
Aud	0,351**	0,044	0,446**	0,023	0,319	0,138	0,194	0,239		
R	0,897		0,88		0,711		0,792		0,952	
R <sup>2</sup>	0,805		0,774		0,506		0,627		0,907	
R <sup>2</sup> corregida	0,695		0,597		0,273		0,482		0,834	
D-W	1,989		2,354		1,9		1,349		2,245	

Los coeficientes son significativos a niveles de \*p<0,01; \*\*p<0,05; \*\*\*p<0,10.

Fuente: elaboración propia.

## F. Discusión de los resultados de regresión

A la vista de los resultados alcanzados en el apartado anterior, a continuación se van a poner estos en relación con el conjunto de hipótesis planteadas inicialmente para, en su caso aceptar las afirmaciones o en caso contrario refutarlas. Por otra parte, como se vio en el capítulo hipótesis, en muchas ocasiones los resultados previos no siempre van en el mismo sentido; por este motivo en determinadas ocasiones se podrán justificar resultados diferentes a los definidos en las hipótesis de contraste.

## Capítulo 4: Análisis de resultados

El gran número de índices de transparencia propuestos hará que no exista una explicación general del fenómeno divulgativo sino que serán contenidos de divulgación concretos los que se vean afectados por las distintas variables independientes. Para el comentario de los resultados de la verificación de las hipótesis se van a organizar los resultados alcanzados en cuatro diferentes tablas organizadas por categorías de contenido.

Tabla 147. Resumen relación entre modelos explicativos y la calidad en la revelación de RSC.

Indicador IDR	Modelo	R <sup>2</sup> (116)			
IDRg	-	-			
IDRc	-	-			
IDRs	<b>2</b>	<b>0,849</b>			
IDRh	-	-			
IDRe	<b>2</b>	<b>0,781</b>			
Indicador IDR	Modelo	R <sup>2</sup>	Indicador IDR	Modelo	R <sup>2</sup>
IDRc1	<b>1</b>	<b>0,757</b>	IDRh1	-	-
IDRc2	-	-	IDRh2	<b>1</b>	<b>0,786</b>
IDRc3	-	-	IDRh3	-	-
IDRc4	-	-	IDRh4	-	-
IDRc5	-	-	IDRh5	<b>2</b>	<b>0,750</b>
IDRs1	-	-	IDRh6	-	-
IDRs2	-	-	IDRh7	-	-
IDRs3	<b>2</b>	<b>0,785</b>	IDRe1	<b>1</b>	<b>0,812</b>
IDRs4	<b>2</b>	<b>0,869</b>	IDRe2	<b>2</b>	<b>0,774</b>
IDRs5	-	-	IDRe3	-	-
IDRS6	<b>2</b>	<b>0,799</b>	IDRe4	-	-
			IDRe5	<b>1</b>	<b>0,919</b>

Fuente: elaboración propia.

<sup>116</sup> Valor mínimo de R<sup>2</sup> = 0,75 para considerar la existencia de relación lineal en el modelo de regresión.

Cientes

Como se observa en la 148, de modo general se pueden aceptar cuatro hipótesis del total de las planteadas sobre los determinantes de la transparencia informativa. Sin embargo, siguiendo el esquema de análisis enunciado en el comienzo del capítulo sobre análisis de resultados, se pueden localizar algunas salvedades en relación a algunos elementos temáticos concretos que se incluyen en clientes.

Tabla 148. Resultado del examen de las hipótesis sobre determinantes para el *stakeholder* “Clientes”

Hipótesis	Relación esperada	Relación obtenida	Resultado	Elementos de contenido	
				Relación	Resultado
H 8.1	Positiva	Positiva	Hipótesis aceptada	IDRc4, positiva	Hipótesis aceptada
H 8.2	Positiva	Sin relación	Hipótesis rechazada	IDRc4, positiva	Hipótesis aceptada
H 8.3	Positiva	Sin relación	Hipótesis rechazada		Hipótesis rechazada
H 9.1	Positiva	Negativa	Hipótesis rechazada	IDRc1, positiva	Hipótesis aceptada
H 9.2	Positiva	Sin relación	Hipótesis rechazada	IDRc5, positiva	Hipótesis aceptada
H 9.3	Negativa	Negativa	Hipótesis aceptada	IDRc2, IDRc4, negativa	Hipótesis aceptada
H 9.4	Positiva	Sin relación	Hipótesis rechazada		Hipótesis rechazada
H 9.5	Negativa	Sin relación	Hipótesis rechazada		Hipótesis rechazada
H 9.6	Positiva	Negativa	Hipótesis rechazada		Hipótesis rechazada
H 9.7	Positiva	Sin relación	Hipótesis rechazada	IDRc1, positiva	Hipótesis aceptada
H 9.8	Positiva	Positiva	Hipótesis aceptada	IDRc1, IDRc2, positiva	Hipótesis aceptada
H 9.9	Positiva	Positiva	Hipótesis aceptada	IDRc1, IDRc5, positiva	Hipótesis aceptada
H 9.10	Positiva	Sin relación	Hipótesis rechazada	IDRc5, positiva	Hipótesis aceptada
H 9.11	Positiva	Sin relación	Hipótesis rechazada		Hipótesis rechazada
H 9.12	Negativa	Sin relación	Hipótesis rechazada	IDRc4, negativa	Hipótesis aceptada
H 9.13	Positiva	Sin relación	Hipótesis rechazada	IDRc2, positiva	Hipótesis aceptada

Fuente: elaboración propia.

A la vista de los resultados se acepta la hipótesis 9.1., de este modo, siguiendo a Quintás (2006), las entidades con origen social (CC.AA. y CC.CC.), tienen más presente la RSC dentro su razón de ser y concretamente atienden mejor las necesidades de sus clientes que los bancos.

Se puede afirmar que un menor nivel de créditos impagados determina estándares mayores de responsabilidad social y transparencia informativa (hipótesis 9.3) de esta

manera reafirmamos lo expuesto por Castro y Romero (2011), los cuales destacan que las entidades con mayores volúmenes de créditos impagados están, por lo general, menos motivadas a ofrecer información.

El número de mujeres en el consejo de administración afecta a la divulgación de información sobre clientes, principalmente en relación a IDRC1 e IDRC2, por lo tanto se acepta la hipótesis 9.8 en estos casos. De esta forma se confirma la teoría de dependencia de recursos, que afirma que un perfil “mixto” mejora las relaciones con los grupos de interés, y especialmente con los clientes, mediante el fomento del consumo responsable y el cuidado de su satisfacción.

Se acepta también que la existencia de un departamento o comité dedicados a la coordinación de la RSC, determinan la existencia, por parte de las entidades que cuentan con estas áreas en su organigrama, de una mayor preocupación por temas que afectan al cliente. De este modo, siguiendo a autores como Ayuso (2009) se acepta la hipótesis 9.9 y de forma expresa en los casos de consumo ético y otra información sobre clientes.

Entre las hipótesis no aceptadas, se encuentra que sobre alguna de ellas se puede identificar una relación causa-efecto diferente de las pronosticadas previamente. De este modo se observan los siguientes resultados:

- Siguiendo a Hill *et al.* (1991) y Wright y Ferris (1997), sobre la hipótesis 9.1, se rechaza la posición mayoritaria que afirma que unos buenos resultados financieros al menos no reducen la transparencia informativa sobre RSC.
- Se rebate la hipótesis 9.6, reafirmando la postura de autores como Jensen (1993) y Barako (2006), entre otros, que apoyan la idea de que los grandes consejos de administración son menos eficaces, lo que acaba influyendo en la política de comunicación.

Comunidad

En relación a las hipótesis sobre determinantes de la calidad del contenido de las memorias de responsabilidad, se puede afirmar que la temática “comunidad” es la que presenta mayor grado de validación si se mide por el total de hipótesis aceptadas entre las hipótesis propuestas (5 de 16), lo que hace que se acepten el 31,25% de las mismas. En la tabla 149 se pueden observar los principales resultados.

Tabla 149. Resultado del examen de las hipótesis sobre determinantes para el stakeholder “Comunidad”.

Hipótesis	Relación esperada	Relación obtenida	Resultado	Elementos de contenido	
				Relación	Resultado
H 8.1	Positiva	Sin relación	Hipótesis rechazada	IDRs2, positiva	Hipótesis aceptada
H 8.2	Positiva	Negativa	Hipótesis rechazada		Hipótesis rechazada
H 8.3	Positiva	Sin relación	Hipótesis rechazada		Hipótesis rechazada
H 9.1	Positiva	Sin relación	Hipótesis rechazada	IDRs4, positiva	Hipótesis aceptada
H 9.2	Positiva	Sin relación	Hipótesis rechazada	IDRs3, IDRs5, positiva	Hipótesis aceptada
H 9.3	Negativa	Sin relación	Hipótesis rechazada	IDRs4, negativa	Hipótesis aceptada
H 9.4	Positiva	Negativa	Hipótesis rechazada		Hipótesis rechazada
H 9.5	Negativa	Negativa	Hipótesis aceptada	IDRs4, negativa	Hipótesis aceptada
H 9.6	Positiva	Positiva	Hipótesis aceptada	IDRs3, IDRs4, IDRs5, positiva	Hipótesis aceptada
H 9.7	Positiva	Negativa	Hipótesis rechazada	IDRs3, positiva	Hipótesis aceptada
H 9.8	Positiva	Positiva	Hipótesis aceptada	IDRs2, IDRs4, IDRs6, positiva	Hipótesis aceptada
H 9.9	Positiva	Positiva	Hipótesis aceptada	IDRs1, IDRs4, IDRs5, IDRs6, positiva	Hipótesis aceptada
H 9.10	Positiva	Negativa	Hipótesis rechazada		Hipótesis rechazada
H 9.11	Positiva	Sin relación	Hipótesis rechazada	IDRs3, positiva	Hipótesis aceptada
H 9.12	Negativa	Positiva	Hipótesis rechazada		Hipótesis rechazada
H 9.13	Positiva	Positiva	Hipótesis aceptada	IDRs6, positiva	Hipótesis aceptada

Fuente: elaboración propia.

En primer lugar se acepta la hipótesis 9.5, corroborando estudios como el de Gandía y Andrés (2005); de este modo se puede afirmar que una estructura de balance compuesta por una proporción mayor de activos corrientes<sup>117</sup> determina un mayor incentivo para ser más transparente; ya que como afirma Myers (1977), bajo la teoría de

<sup>117</sup> También denominado como activo circulante.

la agencia, esta estructura de balance incrementa las relaciones de la empresa con su entorno y concretamente con la comunidad, en el cumplimiento de la legislación, control sobre la corrupción y respecto de la competencia.

En segundo lugar la estructura de gobierno corporativo influye positivamente en la transparencia sobre temas que afectan a la comunidad. Medido su efecto a través del número total de consejeros, se determina una atención mayor a los temas que afectan principalmente a la contribución a la economía nacional, el cumplimiento de la legislación en materia de competencia y corrupción y las relaciones con la política pública; de este modo se acepta la hipótesis 9.6 para el IDR comunidad defendida por autores como Webb (2004) y Gandía (2008) entre otros. Por otra parte, como afirma Webb (2004) un mayor grado de igualdad de género en los consejos de administración favorece la transparencia relacionada con la corrupción y cumplimiento de las reglas de la competencia, así como el apoyo a actividades sociales desarrolladas a través de la actividad intermediadora de la entidad; en consecuencia, para estos casos se acepta la hipótesis 9.8.

Finalmente, por lo que respecta a otros factores divulgativos, se observa que en el caso de la comunidad, aquellas entidades que cuentan con un departamento o comité dedicado a la RSC, así como aquellas que son auditadas por grandes empresas presentan un comportamiento más transparente respecto a dicho colectivo interesado. En relación a la hipótesis 9.9, se puede aceptar, siguiendo a autores como Ayuso (2009), que la entidad dispondrá de más recursos para atender las demandas de los colectivos sociales; la aceptación de esta hipótesis se refleja en prácticamente todos los ámbitos sobre la comunidad observados (excepto IDRs2 e IDRs3). Por otra parte, a través de la verificación de la hipótesis 9.13, se afirma que la experiencia y reputación de estas empresas controla y mejora la calidad de la información (Watts y Zimmerman, 1990 y Haniffa y Cooke, 2002, entre otros), principalmente sobre la actividad intermediadora y sus efectos en la comunidad (IDRs6).

Otros resultados alcanzados:

- Sobre la hipótesis 8.2, se puede decir que, a diferencia de lo establecido, entidades de menores dimensiones tienen una mejor disposición a informar de asuntos relacionados con la sociedad. Esto puede ser debido a la formación de un mayor sentido de comunidad en aquellas entidades con una dimensión más reducida y localizada en una sociedad con la que se identifica mejor y gracias a lo cual es capaz de ofrecer información más precisa.
- Al igual que pasaba con los clientes, en relación a la hipótesis 9.1, afirma que unos buenos resultados financieros restan protagonismo informativo a contenidos relacionados con la comunidad.
- En relación a la hipótesis 9.4 sobre la eficiencia en la obtención de los beneficios, se observa una relación inversa entre los recursos necesarios para alcanzar beneficios y la DRSC. Se podría afirmar que la divulgación social puede servir en estos casos para compensar las “ineficiencias” en el plano económico de las entidades.

### Empleados

Para el grupo de interés “empleados”, se acepta que, en lo que se refiere a los elementos informativos que componen el índice, se acepta que existe relación entre estos y prácticamente todos los determinantes (a excepción de la variable R\_Est); concretamente en relación a la salud y seguridad de los trabajadores (IDRh2) así como las condiciones de contratación y despido (IDRh5) se explica por mayor número de variables.

Tabla 150. Resultado del examen de las hipótesis sobre determinantes para el *stakeholder* “Empleados”

Hipótesis	Relación esperada	Relación obtenida	Resultado
H 8.1	Positiva	IDRh2, IDRh4, IDRh6, positiva	Hipótesis aceptada
H 8.2	Positiva	IDRh7, positiva	Hipótesis aceptada
H 8.3	Positiva	IDRh1, IDRh7, positiva	Hipótesis aceptada
H 9.1	Positiva	IDRh2, IDRh4, IDRh5, IDRh6, positiva	Hipótesis aceptada
H 9.2	Positiva	IDRh3, positiva	Hipótesis aceptada
H 9.3	Negativa	IDRh1, IDRh5, negativa	Hipótesis aceptada
H 9.4	Positiva	IDRh3, positiva	Hipótesis aceptada
H 9.5	Negativa		Hipótesis rechazada
H 9.6	Positiva	IDRh2, IDRh3, positiva	Hipótesis aceptada
H 9.7	Positiva	IDRh1, IDRh2, positiva	Hipótesis aceptada
H 9.8	Positiva	IDRh7, positiva	Hipótesis aceptada
H 9.9	Positiva	IDRh6, positiva	Hipótesis aceptada
H 9.10	Positiva	IDRh2, positiva	Hipótesis aceptada
H 9.11	Positiva	IDRh5, positiva	Hipótesis aceptada
H 9.12	Negativa	IDRh5, negativa	Hipótesis aceptada
H 9.13	Positiva	IDRh3, IDRh5, positiva	Hipótesis aceptada

Fuente: elaboración propia.

### Medioambiente

De modo general se observa a través de la tabla 151 que dos hipótesis se verifican. Por un lado, se acepta la hipótesis 9.8, según la cual, la paridad en el consejo de administración determina una mayor atención informativa hacia la problemática medioambiental, y más concretamente en relación a los impactos indirectos de las entidades a través de su actividad intermediadora financiera (IDRe5). En segundo lugar, se acepta la hipótesis 9.13, por la cual la experiencia y reputación de grandes auditores (Ahmed y Nicholls, 1994, entre otros) determinan un mayor control sobre los contenidos que se tienen que incluir en los informes con el fin de que las memorias de RSC sean aprobadas por estas entidades verificadoras; en este caso el tamaño del auditor mejora la transparencia, no solo de los impactos directos, sino también de los indirectos.



Otros resultados alcanzados:

- En relación a la hipótesis 8.1 sobre la naturaleza jurídica de las entidades, se observa en este caso una mayor propensión por parte de los bancos por informar de manera mayoritaria sobre temas medioambientales.

Tabla 151. Resultado del examen de las hipótesis para el *stakeholder* “Medioambiente”

Hipótesis	Relación esperada	Relación obtenida	Resultado	Elementos de contenido concretos	
				Relación	Resultado
H 8.1	Positiva	Negativa	Hipótesis rechazada		Hipótesis rechazada
H 8.2	Positiva	Sin relación	Hipótesis rechazada	IDRe1, IDRe5, positiva	Hipótesis aceptada
H 8.3	Positiva	Sin relación	Hipótesis rechazada	IDRe5, positiva	Hipótesis aceptada
H 9.1	Positiva	Sin relación	Hipótesis rechazada		Hipótesis rechazada
H 9.2	Positiva	Sin relación	Hipótesis rechazada	IDRe4, IDRe5, positiva	Hipótesis aceptada
H 9.3	Negativa	Sin relación	Hipótesis rechazada		Hipótesis rechazada
H 9.4	Positiva	Sin relación	Hipótesis rechazada	IDRe4, positiva	Hipótesis aceptada
H 9.5	Negativa	Sin relación	Hipótesis rechazada	IDRe5, negativa	Hipótesis aceptada
H 9.6	Positiva	Sin relación	Hipótesis rechazada		Hipótesis rechazada
H 9.7	Positiva	Sin relación	Hipótesis rechazada	IDRe4, positiva	Hipótesis aceptada
H 9.8	Positiva	Positiva	Hipótesis aceptada	IDRe5, positiva	Hipótesis aceptada
H 9.9	Positiva	Sin relación	Hipótesis rechazada	IDRe5, positiva	Hipótesis aceptada
H 9.10	Positiva	Negativa	Hipótesis rechazada	IDRe5, positiva	Hipótesis aceptada
H 9.11	Positiva	Sin relación	Hipótesis rechazada	IDRe1, positiva	Hipótesis aceptada
H 9.12	Negativa	Positiva	Hipótesis rechazada		Hipótesis rechazada
H 9.13	Positiva	Positiva	Hipótesis aceptada	IDRe1, IDRe2, IDRe3, IDRe4, positiva	Hipótesis aceptada

Fuente: elaboración propia.

6. CLASIFICACIÓN DE LOS CONTENIDOS INFORMATIVOS EN LAS MEMORIAS DE RSC, RECOMENDACIONES Y PROPUESTA DE MODELO NORMALIZADO

En el presente apartado, el objetivo que se persigue es analizar por separado los dos componentes que miden el grado de calidad informativa de los distintos indicadores calculados previamente. Los IDR son la combinación de dos factores: por un lado la frecuencia con la que son tenidos en consideración por el conjunto de EE.FF.D. de la muestra (número de entidades que divulgan en relación a un determinado tema / número total de entidades); por otra parte, el resultado final depende de si aquella información es de tipo cuantitativo o cualitativo (información cuantitativa / información cualitativa). Con todo ello, se pretende generar una clasificación que sea útil para establecer un sistema de recomendaciones para la elaboración de memorias de sostenibilidad futuras.

Con el fin de determinar la importancia de los distintos contenidos informativos presentados por las EE.FF.D. analizadas, se establecen (siguiendo a Cea, 2010) tres niveles de importancia para las distintas cuestiones que componen el estudio, en función de la frecuencia de aparición en los informes de RSC<sup>118</sup>.

- Temas informativos muy importantes

Los que cuentan con un grado de presencia consolidado entre el conjunto de entidades (elevada frecuencia de aparición en las memorias de responsabilidad).

$$X > s \%$$

---

<sup>118</sup> Para el cómputo de las frecuencias se ha seguido el criterio “se informa / no se informa” con independencia de la frecuencia con la que aparece la información y la calidad de la misma.

- Temas informativos importantes

Los que cuentan con un grado de respaldo suficientemente importante entre el conjunto de entidades (frecuencia de aparición en las memorias de responsabilidad relativamente importante).

$$r \% < X \leq s \%$$

- Temas poco importantes

Los que cuentan con respaldo insuficiente en el conjunto de entidades (frecuencia de aparición en las memorias de responsabilidad baja).

$$X \leq r \%$$

A su vez, los tres niveles de significación pueden ser calculados en relación a diferentes períodos de tiempo; en este caso se va a analizar el conjunto de entidades tanto al inicio (año 2007) como al final del período de estudio (año 2010), con el fin de examinar no solo la importancia otorgada a cada tema sino también si esta ha evolucionado.

Para ello, en el cuadro siguiente se muestran los porcentajes de significación necesarios para considerar la importancia otorgada a cada tema:

Items		N = 26
Muy importantes (M.I.)	$\frac{x}{n} \geq$	75% ( a partir de 20 entidades)
Importantes (I.)	$\frac{x}{n} <$	50% $\leq$ $\frac{20}{26}$ $\leq$ 75% (entre 13 y 19 entidades)
Poco importantes (P.I.)	$\frac{x}{n} <$	$\frac{13}{26}$ $\leq$ 50% (hasta 12 entidades)

Fuente: elaboración propia.

La consecuencia principal en relación a la frecuencia de aparición de los diferentes contenidos informativos de RSC sería conceder diferente calificación en relación a la necesidad de revelar unas y otras cuestiones.

Por tanto, se consideran estos tres conjuntos de temas informativos como:

- Temas básicos: todos aquellos identificados como “muy importantes” en relación al criterio fijado.

Forman el núcleo central de las memorias RSC, al tratarse de información incorporada a las memorias RSC en un porcentaje muy elevado; esto supone un importante arraigo de dichas cuestiones en la cultura divulgativa de las entidades. Por tanto, a pesar de que las actividades de RSC se encuentran dentro del ámbito discrecional de las EE.FF.D., resulta recomendable que este conjunto de información fuese incorporado en las futuras memorias de las EE.FF.D. españolas que se publicasen.

- Temas aconsejables: todos aquellos identificados como “importantes” según los niveles de medición fijados.

Si bien estos contenidos no aparecen de forma mayoritariamente significativa entre las entidades del sector financiero, sí, sería recomendable su incorporación dentro de los distintos indicadores de RSC de las distintas EE.FF.D.

- Temas opcionales: se trata de toda aquella información identificada como “poco importante”, siendo recogida en las memorias de forma poco frecuente (en menos de la mitad de las entidades) y a voluntad de las propias entidades.

Por tanto estas tres categorías informativas deberían identificarse, según corresponda con cada uno de los contenidos y temáticas, con el fin de obtener un modelo de informe RSC estandarizado.

Por otro lado, como segunda parte de esta clasificación, se pretende observar qué tipo de información predomina en cada caso. De este modo se pueden encontrar distintas

La Responsabilidad Social Corporativa en las Entidades Financieras de Depósito en España preferencias divulgativas<sup>119</sup>. Para su medición se ha optado por definir un ratio de calidad (R.C.) cuyo resultado (entre 0 e  $\infty$ ) se traduce en los siguientes posibles resultados.

- Información cuantitativa preferente: Estos contenidos son mostrados a través de información y datos preferentemente de tipo numérico. En este caso, el resultado se interpreta como un esfuerzo por parte de las entidades por ofrecer un grado de transparencia mayor.

$$R = \frac{X \text{ Cuantitativa}}{X \text{ Cualitativa}} \geq 1,4$$

- Sin tendencia definida: Se entiende que no existe tendencia definida cuando la proporción de una u otra naturaleza informativa no son lo significativamente superiores al resto; en este caso se han empleado los valores 1,4 y 0,8 como límites superior e inferior, ya que en muestras como la usada (26 entidades) las diferencias entre información cuantitativa y cualitativa apenas es de solo un ítem, por lo que se considera, que no hay razón suficiente como para definir una conducta o tendencia divulgativa clara. En este caso no existe evidencia para confirmar si el conjunto de entidades tienden a informar mediante datos numéricos o cualitativos.

$$0,8 \leq R = \frac{X \text{ Cuantitativa}}{X \text{ Cualitativa}} < 1,4$$

- Información cualitativa preferente: Se trata de contenidos informativos expresados de forma mayoritaria a través de datos no numéricos que dificultan su medición. En este caso, se entiende que las entidades no realizan el esfuerzo suficiente para ofrecer una mayor transparencia informativa.

$$R = \frac{X \text{ Cuantitativa}}{X \text{ Cualitativa}} < 0,8$$

---

<sup>119</sup> Para su cómputo se calcula mediante el ratio “información cuantitativa / información cualitativa”.

Para presentar si un contenido informativo se presenta de forma mayoritaria de una u otra forma se indicará “C” si es cualitativa, “N” si es cuantitativa y “N.D.” si el tipo de información predominante no se encuentra definido.

Figura 17. Importancia de la información en las memorias RSC y su calidad informativa.



Fuente: elaboración propia.

Finalmente el resultado de combinar ambas clasificaciones ofrece la medida de transparencia, la cual definimos como la relación entre la importancia otorgada a la divulgación y el tipo de datos mediante lo cuales se expresa (como se observa en la ilustración siguiente); de este modo una mayor importancia de las cuestiones informativas, así como una mayor calidad informativa, se encuentran relacionados con una mayor transparencia. así se encuentra relacionado de forma muy estrecha con el valor de los diferentes IDR.

Tabla 152. Niveles de transparencia informativa y recomendaciones divulgativas.

	Cualitativa	No definida	Cuantitativa
M.I.	(2)	(2)	(1)
I.	(4)	(4)	(3)
P.I.	(6)	(6)	(5)

Fuente: elaboración propia.

De la combinación de estas dos variables se pueden obtener una serie de recomendaciones para el sector financiero de cara a mejorar su grado de transparencia informativa en el futuro; esta mejora se puede realizar mediante dos vías, bien cambiando la naturaleza de los datos mediante los cuales se representa la información; o bien aumentando la preocupación del conjunto de entidades por una determinada información.

- (1) Mantener
- (2) Mantener, mejorando la calidad de los datos suministrados
- (3) Afianzar: generalizar su uso en todo el sector
- (4) Afianzar, mejorando la calidad: se trata de contenidos informativos que, si bien son considerados por la mayoría del sector, no lo hacen con el suficiente nivel de calidad y de transparencia. Por lo tanto se recomienda mejorar el modo en que se presentan los datos y unos medios de medición más exhaustivos.
- (5) Mejorar: necesidad de que el sector se conciencie en la necesidad de una implantación paulatina.

## Capítulo 4: Análisis de resultados

- (6) Mejorar, incrementando calidad: el sector en su conjunto debe hacer un esfuerzo por tratar de concienciarse tanto en la divulgación cómo en la forma en que se manifiesta.

A continuación, con el objetivo de poder efectuar una clasificación de cada uno de los contenidos, se va a seguir el siguiente esquema:

- Resultado de la revisión de los informes (niveles de importancia de los temas de RSC y niveles de calidad).
- Interpretación y comentarios de los resultados combinados.

Este apartado va a proporcionar una primera aproximación a las prácticas divulgativas reales del sector financiero español en el campo de la RSC en cuanto a su frecuencia de aparición y calidad de la misma; con ello se persigue la elaboración de un modelo estandarizado a seguir por el conjunto de entidades.

Tabla 153. Importancia y calidad de los ítems en las memorias de RSC.

-			Importancia contenido		Tipo de datos predominantes	
Consumo ético	Adhesión a estándares y códigos voluntarios relativos a comunicaciones de marketing	Básico	20/26=76,92%	M.I.	2/18=0,11	C
	Incumplimiento regulaciones relativas a las comunicaciones de marketing (publicidad, promoción, patrocinio, etc.)	Recomendable	18/26=69,23%	I.	17/1=17	N
	Desarrollo e innovación de nuevos productos	Recomendable	17/26=65,38%	I.	5/12=0,42	C
	Consumo ético	Recomendable	15/26=57,69%	I.	11/4=2,75	N
	Información y etiquetado acerca del impacto sobre la sostenibilidad	Recomendable	14/26=53,85%	I.	0/14=0	C
	Promoción uso de productos y servicios de forma justa y razonable en grupos sensibles	Opcional	12/26=46,15%	P.I.	0/12=0	C
	Incumplimientos regulación sobre información y etiquetado	Opcional	12/26=46,15%	P.I.	12/0=2	N
	Multas por incumplimiento normativa sobre el uso o suministro de productos y servicios	Opcional	12/26=46,15%	P.I.	10/2=5	N
Satisfacción del cliente y calidad del servicio prestado	Cumplimiento normativo: quejas y reclamaciones	Básico	23/26=88,46%	M.I.	22/1=2	N
	Estudios de satisfacción necesidades del cliente	Básico	21/26=80,77%	M.I.	20/1=20	N
	Estudios de medición de calidad del servicio	Recomendable	19/26=73,08%	I.	12/7=1,71	N
	Políticas de gestión de diferencias entre cliente y entidad	Recomendable	16/26=61,54%	I.	10/6=1,67	N
	Satisfacción del cliente y calidad del servicio prestado	Opcional	9/26=34,62%	P.I.	4/5=0,80	N.D.



## La Responsabilidad Social Corporativa en las Entidades Financieras de Depósito en España

	Prácticas mejora satisfacción clientes	Opcional	9/26=34,62%	P.I.	5/4=1,25	N.D.
Seguridad de los clientes y confidencialidad	Seguridad de los clientes y confidencialidad	Básico	22/26=84,62%	M.I.	6/16=0,38	C
	Privacidad del cliente, secreto bancario	Recomendable	17/26=65,38%	I.	7/10=0,70	C
	Incidentes derivados del incumplimiento de la regulación legal o de los códigos voluntarios relativos a los impactos de los productos y servicios en la salud y la seguridad	Recomendable	14/26=53,85%	I.	14/0=2	N
Inclusión de clientes	Inclusión financiera (geográfica)	Recomendable	15/26=57,69%	I.	14/1=14	N
	Inclusión financiera (colectivos)	Recomendable	15/26=57,69%	I.	12/3=4	N
	Accesibilidad a canales no presenciales	Recomendable	14/26=53,85%	I.	10/4=2,50	N
	Alfabetización y educación financiera	Recomendable	13/26=50,00%	I.	5/8=0,63	C
	Inclusión clientes	Opcional	9/26=34,62%	P.I.	3/6=0,50	C
Otra información	Perfil de cliente de la entidad	Recomendable	16/26=61,54%	I.	16/0=2	N
	Premios y otros reconocimientos	Opcional	11/26=42,31%	P.I.	5/6=0,83	N.D.
	Implicación clientes en la acción social	Opcional	7/26=26,92%	P.I.	5/2=2,50	N
	Adhesión a principios y acuerdos sobre RSC de las inversiones	Opcional	7/26=26,92%	P.I.	2/5=0,40	C

			Importancia contenido		Tipo de datos predominantes	
Políticas, declaraciones y sistemas de gestión social	Políticas, declaraciones y sistemas de gestión social	Básico	25/26=96,15%	M.I.	0/25=0	C
	Participación en foros	Básico	24/26=92,31%	M.I.	11/13=0,85	N.D.
	Premios concedidos y certificados	Básico	20/26=76,92%	M.I.	19/1=2	N
	Definición objetivos sociales y cumplimiento	Recomendable	17/26=65,38%	I.	3/14=0,21	C
	Política de voto accionarial sobre asuntos sociales	Opcional	1/26=3,85%	P.I.	0/1=0	C
Actividades de apoyo a la comunidad local	Actividades de apoyo a la comunidad local	Básico	25/26=96,15%	M.I.	20/5=4	N
	Actividades benéficas / filantrópicas con inversión en proyectos locales	Básico	23/26=88,46%	M.I.	20/3=6,67	N
	Mecanismos de comunicación/relación con la población local	Básico	21/26=80,77%	M.I.	7/14=0,50	C
	Apoyo proyectos de pymes y emprendedores	Recomendable	19/26=73,08%	I.	11/8=1,38	N.D.
	Política, prácticas y proporción de gasto correspondiente a proveedores locales	Recomendable	18/26=69,23%	I.	13/5=2,60	N
	Aportación de la empresa al entorno local	Recomendable	17/26=65,38%	I.	15/2=7,50	N
Contribución a la economía nacional	Contribución a la economía nacional	Básico	21/26=80,77%	M.I.	21/0=2	N
	Inversión en infraestructuras	Recomendable	15/26=57,69%	I.	9/6=1,50	N
	Participación en el capital de compañías con proyectos de componente social	Recomendable	14/26=53,85%	I.	11/3=3,67	N
	Aportación al PIB nacional	Opcional	8/26=30,77%	P.I.	8/0=2	N
	Política sobre empleo de paraísos fiscales	Opcional	7/26=26,92%	P.I.	4/3=1,33	N.D.

## Capítulo 4: Análisis de resultados

Cumplimiento de la legalidad, corrupción y competencia	Cumplimiento de la legislación, corrupción y	Básico	26/26=100,00%	M.I.	20/6=3,33	N
	Competencia desleal y libre competencia	Recomendable	18/26=69,23%	I.	15/3=5	N
	Cumplimiento normativa	Opcional	12/26=46,15%	P.I.	7/5=1,40	N
	Número de infracciones legales incurridas como resultado de prácticas de corrupción	Opcional	11/26=42,31%	P.I.	11/0=2	N
	Medidas adoptadas ante situaciones de corrupción	Opcional	9/26=34,62%	P.I.	7/2=3,50	N
Política pública	Recepción de subvenciones y ayudas por parte de gobiernos y otros terceros	Básico	23/26=88,46%	M.I.	21/2=10,50	N
	Política pública	Recomendable	19/26=73,08%	I.	6/13=0,46	C
	Financiación concedida en forma de créditos a partidos políticos	Opcional	11/26=42,31%	P.I.	7/4=1,75	N
	Aportaciones financieras o en especie a partidos políticos u otras instituciones	Opcional	9/26=34,62%	P.I.	9/0=2	N
Actividad social a través de la actividad intermediadora	Actividad social a través de la actividad intermediadora	Recomendable	18/26=69,23%	I.	5/13=0,38	C
	Medidas financiación terrorismo y/o industria armamentísticas	Recomendable	18/26=69,23%	I.	1/17=0,06	C
	Evaluación y control de riesgos sociales en las líneas de negocio	Recomendable	15/26=57,69%	I.	5/10=0,50	C
	Productos y servicios diseñados para proporcionar un beneficio social	Recomendable	15/26=57,69%	I.	13/2=6,50	N
	Activos sujetos a controles sociales	Opcional	9/26=34,62%	P.I.	6/3=2	N

			Importancia contenido		Tipo de datos predominantes	
Relaciones empresa / trabajador	Relaciones empresa / trabajador	Básico	20/26=76,92%	M.I.	11/9=1,22	N.D.
	Sistemas de negociación colectiva y acuerdos retributivos y de condiciones de trabajo	Básico	20/26=76,92%	M.I.	9/11=0,82	N.D.
	Empleados con convenio colectivo	Recomendable	15/26=57,69%	I.	14/1=14	N
	Respeto de la libertad de asociación y los derechos de negociación	Recomendable	15/26=57,69%	I.	10/5=2	N
	Encuestas de clima laboral e índice de satisfacción	Recomendable	13/26=50,00%	I.	10/3=3,33	N
	Períodos de preaviso	Opcional	12/26=46,15%	P.I.	8/4=2	N
Salud y seguridad	Información y formación a los empleados en riesgos laborales	Básico	24/26=92,31%	M.I.	8/16=0,50	C
	Política y programas de salud y seguridad	Básico	23/26=88,46%	M.I.	2/21=0,10	C
	Absentismo / enfermedades profesionales	Básico	23/26=88,46%	M.I.	23/0= ∞	N
	Accidentalidad	Básico	21/26=80,77%	M.I.	21/0= ∞	N
	Representación de trabajadores en comités de seguridad y salud	Recomendable	16/26=61,54%	I.	13/3=4,33	N
	Evaluación / identificación de riesgos	Opcional	11/26=42,31%	P.I.	5/6=0,83	N.D.
	Premios recibidos	Opcional	10/26=38,46%	P.I.	7/3=2,33	N
	Sanciones y multas	Opcional	1/26=3,85%	P.I.	1/0= ∞	N
Inversiones en medidas de seguridad y salud	Opcional	0/26=0,00%	P.I.	0/0=2	N	

La Responsabilidad Social Corporativa en las Entidades Financieras de Depósito en España

Formación y desarrollo profesional	Formación y desarrollo profesional	Básico	25/26=96,15%	M.I.	12/13=0,92	N.D.
	Horas de formación por empleado y categoría profesional	Básico	25/26=96,15%	M.I.	25/0=2	N
	Empleados que reciben evaluaciones de desempeño y desarrollo profesional	Básico	20/26=76,92%	M.I.	18/2=9	N
	Distribución de ascensos	Recomendable	17/26=65,38%	I.	16/1=16	N
	Fondos invertidos en formación	Recomendable	15/26=57,69%	I.	15/0=2	N
	Medición satisfacción formación empleados	Opcional	10/26=38,46%	P.I.	10/0=2	N
Retribución y condiciones de trabajo	Programas de conciliación y compatibilidad horario laboral con familiar	Básico	23/26=88,46%	M.I.	5/18=0,28	C
	Prestaciones sociales no exigidas por ley y planes de beneficios sociales	Básico	22/26=84,62%	M.I.	13/9=1,44	N
	Retribución y condiciones de trabajo	Recomendable	16/26=61,54%	I.	2/14=0,14	C
	Relación entre salario de la compañía y el salario mínimo local	Recomendable	15/26=57,69%	I.	12/3=4	N
	Gastos de personal	Opcional	6/26=23,08%	P.I.	6/0=2	N
	Participación en los beneficios	Opcional	1/26=3,85%	P.I.	1/0=2	N
Condiciones de contratación y despido	Rotaciones	Básico	22/26=84,62%	M.I.	20/2=10	N
	Pérdida/creación empleo neta	Recomendable	17/26=65,38%	I.	17/0=2	N
	Condiciones de contratación y despido	Opcional	12/26=46,15%	P.I.	1/11=0,09	C
	Planes de acogida	Opcional	12/26=46,15%	P.I.	2/10=0,20	C
	Contratación a través de prácticas profesionales	Opcional	12/26=46,15%	P.I.	8/4=2	N
	Contratación personal y altos directivos locales	Opcional	9/26=34,62%	P.I.	4/5=0,80	N.D.
Diversidad e igualdad de oportunidades	Desglose empleos por tipo de empleo, contrato y región	Básico	26/26=100,00%	M.I.	26/0=2	N
	Composición plantilla por sexo y edad	Básico	26/26=100,00%	M.I.	26/0=2	N
	Ratio salarial por sexo	Recomendable	19/26=73,08%	I.	4/15=0,27	C
	Contratación de personas con discapacidad	Recomendable	15/26=57,69%	I.	15/0=2	N
	Diversidad e igualdad de oportunidades	Recomendable	14/26=53,85%	I.	14/0=2	N
Otra información	Otra información	Recomendable	13/26=50,00%	I.	3/10=0,3	C
	Voluntariado corporativo	Opcional	12/26=46,15%	P.I.	7/5=1,40	N
	Gestión transparente y veraz (control de la corrupción)	Opcional	10/26=38,46%	P.I.	8/2=4	N
	Delegación y trabajo en equipo	Opcional	6/26=23,08%	P.I.	0/6=0	C

## Capítulo 4: Análisis de resultados

			Importancia contenido		Tipo de datos predominantes	
Políticas, declaraciones y sistemas de gestión ambiental	Políticas, declaraciones y sistemas de gestión ambiental	Básico	23/26=88,46%	M.I.	0/23=0	C
	Premios concedidos y certificados	Básico	20/26=76,92%	M.I.	17/3=5,67	N
	Participación en foros	Básico	20/26=76,92%	M.I.	7/13=0,54	C
	Definición de objetivos medioambientales	Recomendable	18/26=69,23%	I.	9/9=1	N.D.
	Consideración de consecuencias financieras y otros riesgos y oportunidades para las actividades de la organización debido al	Opcional	10/26=38,46%	P.I.	0/10=0	C
	Política de voto accionarial en asuntos medioambientales	Opcional	2/26=7,69%	P.I.	0/2=0	C
Consumo y conservación de recursos y energía	Programas reducción del consumo, reutilización y eficiencia energética	Básico	26/26=100,00%	M.I.	17/9=1,89	N
	Consumo y conservación de recursos y	Básico	25/26=96,15%	M.I.	24/1=24	N
	Consumo energético	Básico	24/26=92,31%	M.I.	24/0=2	N
	Empleo de energías renovables	Recomendable	19/26=73,08%	I.	18/1=18	N
	Uso de material reciclado	Recomendable	18/26=69,23%	I.	16/2=8	N
Emisiones, vertidos y residuos e impactos en los economistas	Emisiones, vertidos y residuos e impactos en los ecosistemas	Básico	22/26=84,62%	M.I.	20/2=10	N
	Residuos gestionados	Básico	22/26=84,62%	M.I.	20/2=10	N
	Impacto transporte de bienes, materiales y personal de la organización y medidas para su control	Recomendable	19/26=73,08%	I.	17/2=8,50	N
	Programas de reducción de contaminación y protección ecosistemas	Recomendable	16/26=61,54%	I.	11/5=2,20	N
	Emisiones derivadas de viajes a nombre de la compañía y mensajería y medidas para su control	Opcional	6/26=23,08%	P.I.	4/2=2	N
Inversiones y gastos medioambientales y cumplimiento normativo	Fondos destinados a actividades medioambientales en la sociedad	Básico	23/26=88,46%	M.I.	15/8=1,88	N
	Multas y sanciones por incumplimiento normativa medioambiental	Básico	22/26=84,62%	M.I.	21/1=21	N
	Exigencia de criterios medioambientales proveedores	Básico	20/26=76,92%	M.I.	3/17=0,18	C
	Actividades de I+D orientadas a la protección medioambiental	Recomendable	18/26=69,23%	I.	5/13=0,38	C
	Inversiones y gastos medioambientales y cumplimiento normativo	Opcional	12/26=46,15%	P.I.	10/2=5	N
Medioambiente, productos y servicios	Financiación a compañías en proyectos con componente medioambiental	Recomendable	18/26=69,23%	I.	15/3=5	N
	Medioambiente, productos y servicios	Recomendable	15/26=57,69%	I.	11/4=2,75	N
	Criterios medioambientales en la evaluación de clientes y socios	Recomendable	14/26=53,85%	I.	2/12=0,17	C
	Iniciativas para mitigar impactos medioambientales de los productos y	Opcional	11/26=42,31%	P.I.	4/7=0,57	C
	Control de riesgos medioambientales de clientes y en las líneas de negocio	Opcional	9/26=34,62%	P.I.	5/4=1,25	N.D.

Fuente: elaboración propia.

Una vez examinados los diferentes contenidos informativos, se pueden determinar los siguientes resultados:

- El 29,72% de los ítems analizados son considerados como muy importantes, por lo que deben formar parte de cualquier informe de RSC, siendo esta la información básica que deben de contener;
- Por otra parte, otro 37,9% de los contenidos, es de recomendada introducción en los informes de sostenibilidad.
- Finalmente, el 31,45% restante, presenta una frecuencia de inclusión en las memorias por debajo de la mitad de las EE.FF.D.

Siguiendo esta recomendación, las EE.FF.D. pueden adoptar un nivel de transparencia informativa cercana a la media del sector. En el caso de que las entidades quisieran reforzar sus esfuerzos divulgativos con el fin de obtener una ventaja comparativa basada en la diferenciación con respecto a su política comunicativa deberían hacer un esfuerzo en un doble sentido: por un lado, incorporar en mayor número contenidos definidos como “opcionales”, así como afianzar lo contenidos “recomendables”; además, por otro lado, se puede mejorar la calidad en la medición de los diferentes contenidos ofreciendo mayor cantidad de datos numéricos.



## *CONCLUSIONES*





## **CONCLUSIONES**

La RSC ha visto incrementada su importancia en el mundo empresarial desde finales del pasado siglo. La tendencia de las corporaciones a introducir en su gestión este enfoque integral de la organización empresarial, viene motivada fundamentalmente por una respuesta adaptativa que tiene su origen en la sociedad. Así pues, dentro de este entorno general, las EE.FF.D. no han sido ajenas a este fenómeno y se muestran como uno de los principales sectores promotores de la implantación del concepto de gestión responsable o sostenibilidad. En consecuencia, el sector financiero se ha convertido en uno de los más comprometidos con la labor de implicar a su entorno en la toma de decisiones corporativas.

En la sociedad actual las empresas, economías y países se encuentran cada vez más interconectados y son más interdependientes unos de otros, los aspectos positivos que se derivan de sus relaciones, pero también todas aquellas externalidades o consecuencias negativas, van a ver ampliada la magnitud de sus efectos hacia el conjunto de la sociedad.

Esto sucede a la vez que se percibe una continua pérdida de protagonismo del papel de los estados nacionales en la redistribución de la riqueza y como garantes del buen funcionamiento de las economías y países; en este contexto la sociedad discute los valores morales y el modo de medir la prosperidad o éxito se hace a través de la persecución del continuo crecimiento. Ante esta situación, la ciudadanía no parece ajena, esta se encuentra mejor formada, mejor comunicada y cada vez es más sensible y consciente de los problemas que surgen y que afectan al modo de vida de la sociedad y de su porvenir. Surge por tanto, de esta combinación de factores, la intensificación de la búsqueda de respuestas renovadas a los problemas actuales y un cambio de actitudes ante ellos.

La crisis financiera, que también de valores, que sufrimos actualmente, actúa como catalizador o factor potenciador del cambio; a raíz del panorama actual se plantea una reformulación del modo en que se conciben las relaciones entre agentes (el papel

regulador de las naciones y de las empresas privadas), las prioridades a perseguir y, en definitiva, pone en cuestión la confianza entre las partes, lo que lleva a pensar en la necesidad de cambiar el modelo económico a seguir en los años venideros.

El papel y actitud que las EE.FF.D. han mostrado ante la situación actual pone de relieve más que nunca la perentoria necesidad de dotar a las prácticas y decisiones empresariales de una mayor dosis (si antes la tenía) de moral y de principios éticos. Por esta razón, la RSC supone asumir un conjunto de obligaciones morales por parte de los gestores de las entidades con ellos mismos y con los demás (agentes directos e indirectos), buscando siempre la excelencia. Si bien, la RSC conserva un carácter de voluntariedad inherente a su ser, se impone seguir un conjunto de obligaciones en la actividad empresarial, no exenta de un profundo compromiso con el buen hacer profesional. De esta manera se deben promover actitudes que vayan más allá del corto plazo y que promuevan el crecimiento, no solo económico, sino también social basándose en unos fundamentos sólidos y estables en el largo plazo en los que se apoye el sistema en su conjunto para crecer.

Es por ello, que los comportamientos individuales de un agente particular ya no se conciben como algo aislado y sin repercusión. Con el fin de evitar los efectos perniciosos así como prevenirlos los agentes sociales y particularmente el sector financiero deben responder siendo más transparentes. Transparencia en la comunicación de actividades llevadas a cabo, y que reflejen con sinceridad la ética implícita en la actividad realizada, fruto de la cual crece la confianza necesaria para recuperar parte del crédito perdido en años anteriores.

Por esta razón, el presente trabajo ha tratado de estudiar el estado de este compromiso por informar. Este compromiso puede ser identificado con un nivel divulgativo de tipo cualitativo, el cual se considera el valor mínimo dentro de la escala predefinida para poder considerar que las memorias posean cierto valor informativo. Esto limita el valor divulgativo de la información revelada y se debe principalmente a dos motivos: el primero de ellos, se refiere al número de entidades que revelan información, de esta forma, solo el 30% de los contenidos informativos que interesan a los *stakeholders* son

tenidos en cuenta por al menos el 75% de las EE.FF.D., mientras que un 38% de los elementos contenidos es revelado al menos por el 50%; y por otra parte, esto es debido a que los contenidos, a falta de datos de carácter numérico, presentan datos cualitativos que dificultan la realización de comparativas y de mediciones objetivas de los diferentes comportamientos observados.

A pesar de que la práctica totalidad de las entidades cumplen con los requisitos establecidos por los organismos reguladores y verificadores de auditoría social para alcanzar las máximas calificaciones propuestas; se confirma que los modelos actuales se encuentran superados, puesto que el análisis pormenorizado de las memorias ofrece la posibilidad de observar las grandes limitaciones de las que adolecen las memorias de RSC de las EE.FF.D. Una de las principales deficiencias detectadas es la falta de incentivos que fomenten entre las entidades la revelación de datos más allá de los meramente necesarios para obtener una cierta acreditación; de este modo, no se evidencian diferencias significativas entre diferentes entidades.

Llegados a este punto del capítulo final, y tras unas consideraciones generales, se van a estructurar los principales resultados en los cuatro siguientes bloques:

- Conclusiones relativas a la comparativa de índices de divulgación: Temas de RSC más importantes en la estrategia corporativa de las EE.FF.D.

Tras el análisis comparativo de los comportamientos divulgativos se pueden extraer las siguientes conclusiones, que se organizan siguiendo las preguntas de investigación planteadas:

En primer lugar se ha detectado que, ***a pesar de la relación directa que mantienen tanto clientes como empleados con las EE.FF.D., estas prestan más atención a los aspectos de su actividad relacionados con un entorno más alejado (comunidad y medioambiente)*** superando de este modo, la concepción de DRSC que considera fundamental la importancia de clientes y empleados en el devenir de la empresa. Esto puede interpretarse como un cambio en las prioridades informativas, o bien, se puede interpretar como una concepción de RSC relacionada con la atención sobre aquellos

agentes con los que no existe una relación contractual que regule esta; concretamente el 69,23% de las entidades presentan este enfoque.

Por otra parte, si se compara la situación divulgativa analizada con estudios previos, se observa como ***siguen destacando de manera especial los contenidos relacionados con el medioambiente, siendo la principal prioridad entre las entidades.*** Esto pone de manifiesto que las entidades siguen la “tradición” que relaciona la responsabilidad con el cuidado del medioambiente<sup>120</sup>, lo que unido a una mayor tradición reguladora en este campo, hacen que estos contenidos sean los más populares. Este hecho, sin embargo, cuestiona la falta de visibilidad social de la acción de las entidades, más aún en la actual situación económica, en la que los contenidos sociales (desempleo, corrupción, etc.) parece que ganan protagonismo frente a temas medioambientales (p.e. el cambio climático) entre la población. Por tanto, las entidades deberían actualizar su discurso ya que este no se ajusta a la realidad del momento.

Finalmente, ***también se acepta que las actividades realizadas por las entidades en relación al impacto directo es mayor que sobre el indirecto.*** Se considera por tanto, que ***el sector no toma la suficiente consideración por su responsabilidad como intermediario en la actividad económica, donde reside su verdadera responsabilidad.*** Esto puede deberse en primer lugar a que las EE.FF.D. encuentran más facilidad para definir y medir las actividades de responsabilidad interna, lo que permite ofrecer una información de más calidad, mientras que es sumamente complicado medir hasta qué punto es responsable la E.F. de los objetivos y acciones de los agentes con los que interactúa. En segundo lugar, la toma en consideración de la responsabilidad externa por parte de la banca es muy reciente, en comparación con otros contenidos<sup>121</sup>; por su parte las actividades de filantropía corporativa hunden sus raíces en un planteamiento de RSC limitado a la Acción Social, previo al actual más amplio, además de ser la génesis

---

<sup>120</sup> La concienciación por el cambio climático está detrás del inicio del movimiento RSC.

<sup>121</sup> No es hasta el año 2006 cuando se desarrolla un suplemento sectorial para el sector financiero en el que se hace alusión a la medición y control del impacto externo de las entidades.

de entidades como las de carácter social (CC.AA. y CC.CC.) que aún es entendida la RSC como acción social, cuando en realidad es solo una parte del comportamiento de responsabilidad; y, por otro lado, la problemática del cambio climático ha hecho que las entidades tengan una cierta tradición en informar sobre las medidas medioambientales internas más propias de otros sectores productivos con mayor impacto directo derivado de su actividad. El sector, por tanto, debe tomar nota sobre qué es lo que realmente se espera de él como intermediario financiero.

- Conclusiones relacionadas con el análisis de la evolución temporal

Del análisis de la evolución temporal del contenido informativo de las memorias se pueden destacar las siguientes ideas:

De forma generalizada, ***la calidad informativa lejos de mejorar en estos años, se ha mantenido estable e incluso ha retrocedido en el caso de aquella dedicada a informar sobre los clientes de la entidad.*** Si bien, no se pueden identificar las causas que provocan este comportamiento a lo largo del tiempo, sí que se podrían inferir. De este modo, debido posiblemente a una necesidad por priorizar objetivos, y redirigir los recursos y capacidades disponibles, se haya descuidado la atención hacia su entorno. Si bien, esto no significa que la divulgación haya perdido importancia frente a otros objetivos, que sino más importantes, sí más urgentes, como por ejemplo la necesidad de afrontar el impacto de la crisis económica en el conjunto del sector.

Se observa que la ***tendencia del conjunto del sector es a descuidar la atención sobre los contenidos informativos que se encuentran relacionados con los grupos de interés más cercanos a la empresa (clientes y empleados),*** no hace sino reafirmar la idea de que las EE.FF.D. tienen una visión de la RSC como un fenómeno relacionado con el entorno no ligado a las relaciones formales que se establecen como resultado del objeto social de la entidad y más relacionado como herramienta de satisfacción de las necesidades de información del entorno social y medioambiental.

Atendiendo a su naturaleza jurídica se observa una tendencia por parte de los bancos a asemejarse al comportamiento de las entidades de carácter social, convirtiéndose los

contenidos de sociedad y medioambiente en prioritarios para ambos grupos de entidades. Esta misma tendencia se observa para las entidades en función de su tamaño. Esto pone de relieve que los bancos están siguiendo el camino que años atrás hicieron las entidades de origen social acercando su modelo de negocio al de los primeros (ofreciendo productos y servicios limitados a bancos); en este caso son los bancos los que acercan su modelo de negocio asemejándose a las CC.AA. y CC.CC., haciendo que la diferencia entre unos y otros se difumine.

Por lo tanto, a la vista de los resultados temporales, se puede afirmar que las EE.FF.D. no han experimentado un incremento de la transparencia informativa, manteniéndose el nivel divulgativo del sector estable a lo largo de estos últimos años a diferencia de lo afirmado por las investigaciones previas. A pesar de ello si se han podido identificar variaciones en las temáticas de contenido ofrecidas.

Finalmente, en cuanto a la transparencia sobre los impactos externos se observa un crecimiento parcial en los mismos, centrado en los impactos sociales indirectos, confirmándose solo en parte las conclusiones de Muñoz *et al.* (2004). A este respecto las EE.FF.D. parece que evolucionan, si bien lo hacen lentamente, en un compromiso más profundo de responsabilidad como intermediario financiero.

- Conclusiones sobre la caracterización del perfil de las entidades

***Se identifican claramente 3 grupos diferenciados de entidades dependiendo del grado de integración o desarrollo que las memorias RSC hayan alcanzado.*** Mientras que el primer grupo presenta un perfil divulgativo alto con una calidad por encima de la media y por encima del mínimo para considerar la información con utilidad divulgativa y comparativa; en segundo lugar un grupo con perfil divulgativo medio, parece tener como objetivo cumplir con los requisitos mínimos legales exigidos por las entidades auditoras y verificadoras de la RSC; y finalmente un grupo con perfil divulgativo muy por debajo de la puntuación mínima de 1 para tener una mínima consideración divulgativa. En el último grupo se pueden aludir posibles limitaciones relacionadas con las reducidas dimensiones de las entidades (tanto financieras como de tamaño corporativo) en cuanto

al nivel de divulgación. ***Esto pone de manifiesto el compromiso de un conjunto de entidades, más allá de lo meramente necesario, con el objetivo de buscar la excelencia en la política de transparencia.***

Finalmente, como tendencia seguida por las entidades, no existe un patrón claro de comportamiento, pudiéndose agrupar a estas en cuatro grupos diferenciados atendiendo a su evolución con respecto a los grupos a los que atiende en sus memorias y el carácter de la información (interna – externa). Con todo, el grupo más numeroso tiende a divulgar más información sobre los impactos externos de su actividad sobre sus grupos de interés indirectos (sociedad y medioambiente).

- Conclusiones referentes a los determinantes de divulgación

En cuanto al modelo de determinantes de la transparencia informativa, queda demostrado que, ***tanto la presión ejercida por el entorno sobre la actividad de la empresa (basada en la teoría de la legitimidad social), como la respuesta ofrecida por la entidad a la sociedad (basada en la teoría stakeholder), son válidos para explicar en qué medida se adoptan las medidas necesarias para satisfacer las demandas de mayor transparencia aunque solo sea de forma parcial.*** Esto no resta validez a los resultados, ya que no se esperaba tampoco, antes de la medición de los diferentes índices, comportamientos homogéneos, que ya de por sí hacen difícil que se pueda coincidir en todos los casos en los resultados de las relaciones con los determinantes.

Por grupos de interés, dentro del ***ámbito de responsabilidad más directa, el comportamiento con respecto a los clientes viene determinado tanto por factores de presión del entorno sobre la EE.FF.D. (naturaleza jurídica principalmente) y por otra parte, el nivel de respuesta que determina el grado de transparencia ofrecido y que se sustenta en tres factores (nivel de riesgo asumido, presencia de mujeres en el consejo de administración y una unidad dentro de la organización encargada de la gestión de la RSC).*** Con respecto a los empleados, los resultados son menos claros, y la causa principal de que no se encuentre relación es que la información suministrada es muy homogénea entre los individuos de la muestra.

***En el ámbito de responsabilidad indirecta, la explicación del comportamiento divulgativo se centra no tanto en la presión del entorno, sino en el grado de respuesta de la entidad.*** Esto se puede interpretar, en comparación con los resultados obtenidos sobre el ámbito de responsabilidad directo, a que tanto la comunidad como el medioambiente no ejercen el mismo grado de presión que los agentes en contacto directo; así un mejor comportamiento de responsabilidad se debe más a la respuesta ofrecida por las entidades contenidas sobre la comunidad. Sin embargo son el conjunto que experimenta un mejor nivel de predicción con respecto al modelo de determinantes definido.

Entre los determinantes relacionados con la presión del entorno, se acepta que las entidades con origen social presentan un nivel de divulgación sobre contenidos sobre clientes y comunidad mejor, en relación a la banca.

Sin embargo, esta afirmación sería necesaria volver a contrastar en el futuro ya que el proceso de reconversión que vive el sector y que afecta de manera directa a la naturaleza jurídica de las CC.AA. puede condicionar la evolución de la dedicación divulgativa de estas.

En cuanto a la exposición a los riesgos de impagos, se encuentra una relación directa con la transparencia en relación al conjunto de clientes. Si bien, en el periodo analizado ya se ha detectado un aumento de sensibilidad a las demandas de este colectivo, en el futuro se espera que las entidades deban de redoblar esfuerzos por atender casos tan problemáticos como el de personas y clientes con problemas de impagos derivados de la crisis, que requieren en muchas ocasiones una respuesta efectiva por parte de las instituciones de crédito.

En relación con el gobierno corporativo, los resultados son dispares. Por un lado no se encuentra relación entre el tamaño del consejo y una mayor divulgación, rechazando la hipótesis propuesta; esto puede ser interpretado como una falta de eficacia de los consejos a la vez que ha aumentado su tamaño en los últimos años. Por otro lado, una



mayor incorporación de mujeres en los últimos años se confirma que mejora las relaciones con los grupos de interés.

Con respecto al resto de factores determinantes, por una parte, cabe destacar la importancia que tiene la introducción de un departamento o comité encargado de gestionar la política de comunicación y DRSC. Por lo tanto, cualquier EE.FF.D. que se precie, debe destinar dentro de su organización los recursos suficientes para acompañar a la actividad central de intermediación y de gestión de riesgos, un área que supervise la componente ética de esta. Por otra parte, cabe destacar, la ayuda que supone contar con la experiencia de una gran empresa auditora, sobre todo en lo que se refiere al ámbito de responsabilidad indirecta (comunidad y medioambiente), que puede explicar que los bancos y las entidades de mayor tamaño cuenten con unas mejores herramientas para diagnosticar su ámbito de responsabilidad más alejado de la gestión diaria.

### Recomendaciones para estudios futuros

Si bien con la propuesta de indicadores de RSC se ha pretendido ofrecer una herramienta para identificar el grado de compromiso de las EE.FF.D. con la transparencia informativa; queda, como tarea pendiente, mejorar en su aplicación y puesta en práctica. Por lo que respecta a la parte teórica, la identificación de los temas informativos, su frecuencia y grado calidad permiten no solo determinar diferencias en el enfoque de responsabilidad sino que también ayudan a identificar dónde se deben realizar las principales mejoras en el futuro más inmediato.

De manera adicional, se plantean una serie de ideas y herramientas metodológicas que mejoren y amplíen nuestra comprensión sobre el fenómeno de la RSC en el sector financiero, aumentando la aplicabilidad y validez de los resultados alcanzados, lo que sería de gran ayuda para poder profundizar en el tema estudiado, enriqueciendo los resultados alcanzados por el análisis de contenido temático. A continuación se detallan:

- Con el fin de mejorar la comprensión sobre la evolución del fenómeno de RSC en el tiempo, se podría ampliar el período muestral a los ejercicios previos al

cambio de ciclo económico; pretendiendo de este modo, analizar cómo el proceso de reestructuración del sector financiero afecta al desarrollo de sus políticas sociales y medioambientales así como su implantación en la gestión en las mismas. Por otro lado, se desea ampliar el objeto de estudio a otras áreas que puede abarcar la divulgación de la responsabilidad social como es la atención de las inquietudes de los propietarios y accionistas.

- Realización de encuestas: el motivo de llevar a cabo una encuesta es el de completar la información suministrada por las anteriores herramientas y enriquecer los resultados. Mediante las mismas se tratará de consultar a los responsables de dirigir las políticas de RSC para recabar su opinión sobre las mismas. Por otra parte la consulta se podría extender a los clientes de bancarios y conocer desde qué imagen tienen estos sobre la labor de RSC realizada o qué importancia otorgan a esta cuestión, o medir su nivel de satisfacción y valoración del sector bancario.
- Entrevistas a expertos: permite conocer de primera mano la impresión de los responsables de los asuntos de RSC en las EE.FF.D., lo cual resulta muy útil para contrastar si existe una coordinación entre las políticas y las acciones y, si existe correspondencia entre lo que pide la sociedad en su conjunto de las EE.FF.D. y lo que estas ofrecen.

Los desafíos a los que se enfrenta la generalización de la práctica divulgativa de la RSC son consecuencia de:

- La ausencia de un nexo de unión claro entre la RSC y la rentabilidad empresarial.
- La carencia de acuerdo entre los diferentes *stakeholders* que impide que exista una definición común de RS, reflejado en las distintas aportaciones normativas a lo largo del tiempo.
- La falta de concienciación entre el tejido sectorial de medio y pequeño tamaño.

## Conclusiones

- Las prioridades económicas y financieras, que en época de crisis han hecho que se relegue a la RSC y la sitúa en una situación de estancamiento.
- La necesidad de un mayor impulso y respaldo por parte de los poderes públicos.

### Limitaciones

La metodología empleada, a pesar de las ventajas que para la medición de la calidad de la información proporciona, no está exenta de imperfecciones. De este modo, se puede decir que las herramientas utilizadas no permiten detectar de manera fehaciente si el objetivo principal de las entidades no es tanto la transparencia y la rendición de cuentas, sino una estudiada labor de imagen. Así, puede que en ocasiones, la información divulgada sea parcial limitándose a datos puntuales, anecdóticos y de filantropía, que limitan y ocultan el verdadero nivel de sostenibilidad.

Por otra parte, si bien, el objetivo de los índices de contenido empleados es medir de manera agregada la calidad informativa, este no permite cuantificar de forma individual la contribución concreta de una determinada entidad sobre un determinado tema; es por tanto necesario acompañar en futuras investigaciones los datos sobre calidad con la medición exacta de dicha divulgación para enriquecer la investigación.

### Comentario final

Durante el desarrollo de esta tesis nos hemos planteado varias preguntas de difícil respuesta que podrían encuadrarse dentro de otras tantas aún más generales y complejas que se resumen de la siguiente forma: ¿Pudo haber evitado un mayor desarrollo de la RSC la crisis económica? Lo más probable es que, por sí misma y de forma aislada, no. ¿Puede que la haya amortiguado y haber reducido sus efectos negativos en parte? Probablemente sí. ¿Puede que la RSC ayude a salir de la crisis? Con toda probabilidad no, ya que la RSC no se encuentra lo suficientemente implantada en el conjunto del sector. ¿Puede la RSC prevenir situaciones similares en el futuro? Sí, si se adopta de manera generalizada por el conjunto del sector, ya que la RSC contiene una serie de valores intrínsecos que hacen que adoptarla, desde una visión estratégica, hace

## Conclusiones

que las entidades sumen una fortaleza fundamental para afrontar el futuro en situación de ventaja.

Así pues, sería deseable que en un futuro próximo se produzca una convergencia real entre el “ser” y el “deber ser” de las entidades, y de este modo, las memorias de RSC se conviertan en fiel reflejo de un auténtico compromiso por comunicar de manera fehaciente los hechos acontecidos en el ámbito de la sostenibilidad, satisfaciendo de manera equilibrada las expectativas de los grupos de interés y de la empresa misma, puesto que cada uno de estos objetivos es mutuamente necesario para obtener el otro.

*Córdoba, 18 de mayo de 2013*

*RESUMEN Y CONCLUSIONES (EN INGLÉS)*



## ABSTRACT

The accomplishment of this research has the following motivations in order to be carried out:

- The current unfavorable sign of the economy, is doing rethinking the way business objectives are defined. Certainly, financial institutions has been at the origin of the economic crisis but also they will a main character in the recovery of confidence and a key point of the way to return to the path of economic growth.
- Models of approval and standardization of sustainability reporting (such as Global Reporting Initiative system mainly) are insufficient by themselves to measure the degree of information transparency, being systems of minimum requirements do not take into account additional information not required for achieve a particular rating.

For those reasons, the present research has as main study goal the current situation of social and ethic issues in banking sector, through the use of sustainability reports. This is embodied in: measuring the quality and transparency of information provided about the agents of their environment (stakeholders) and their potential determinants (size, profitability, etc.). This disclosure has as its primary mission to fulfill one of the basic objectives should follow the RSC, the principle of transparency, meeting the information needs of the social environment in which the company operates and develops his activity. These objectives are based on the assumption that the information disclosed by companies is consistent with its business sustainability as well as a number of characteristics of the entities.

## Research Content

In order to achieve the main objective is going to be develop a methodology based on the content analysis of CSR reports submitted by entities, reflecting the social activity of these, which consider the quality of the information provided. For it is adopted the following methodology:

Spatial Area: analyzed a total of 26 financial institutions operating in Spain, which emit RSC memory independently of traditional financial statements.

Temporal scope: the study covers the period (2007-2011).

The information collected from the reports will be evaluated based on whether the information is of a qualitative or quantitative (Aranguren, 2008).

Further information is sorted by theme for the 4 groups of interest (using the methodology of Gray *et al.* (1996).

Then develops a Responsibility Disclosure index (RDI), for each stakeholder and global, composed of the total registered by all items that compose the sum divided by theoretical maximum:  $RDIg = RDI_s + RDI_e + RDI_h + RDI_c$ .

Furthermore multivariate analysis is performed to explain the possible determinants of the extent of disclosure through the development of an explanatory model relating the dependent variable RDI with the following independent variables: size (turnover, total assets, market capitalization, number of employees, number of offices), profitability (ROE, ROA, debt), public profile, composition of shareholders; international presence; importance of CSR in the organization.



## CONCLUSIONS

At this point, it will be structure the main results achieved in the following four blocks:

- Conclusions on the comparative rates of disclosure: RSC major topics in corporate strategy of Financial Institutions (FI's)

After comparative analysis of informative behaviors it can draw the following conclusions, which are organized according to the research questions:

Firstly, it was found that, ***although the direct relationship that keep customers and employees with FI'S., they pay more attention to aspects of its activity related to a more remote surrounding (community and environment).***

Moreover, if it is compared the current disclosure situation with previous studies analyzed, are seen as a ***continue stand in a special way the content related to the environment, being the main priority among financial institutions.***

Finally, ***it is also accepted that the activities of the financial institutions relative to the direct impact is greater than on the indirect. It is considered therefore that the sector does not take enough consideration for his role as an intermediary in the economy, where their true responsibility really lies.***

### Conclusions related to the analysis of the temporal evolution

From the analysis of the temporal evolution of the informative content of the reports can highlight the following ideas:

Across the board, ***the quality of information instead of improving over the years, has remained stable and even fallen in the case of that dedicated to inform customers of the financial institutions.***

It is observed ***that the trend of the whole industry is to neglect attention to the informative contents that are related to the stakeholders closest to the company (customers and employees).***

- Conclusions on the characterization of the profile of the entities

***There are clearly identified three distinct groups of entities depending on the degree of integration or development that have reached CSR reports.*** While the first group has a profile with a high informative quality above average and above the minimum to consider the information both, informatively and comparatively useful; second group with medium informative profile, seems to be targeting meet legal minimum required by auditing and verifying entities of CSR; and finally a group with informative profile well below the minimum score of 1 for having minimal informative consideration. In the latter group can refer potential limitations related to the small size of the entities (both financial and corporate size) in the level of disclosure. ***This shows the commitment of a group of entities, beyond the merely necessary in order to pursue excellence in the transparency policy.***

- Conclusions regarding the determinants of disclosure

As for the model of determinants of information transparency is demonstrated that both the pressure exerted by the environment on the activity of the company (based on the theory of social legitimacy) and the response by the institution to society (based on stakeholder theory) are valid to explain to what extent the necessary measures to meet the demands for greater transparency if only partially.

By interest groups within the area of responsibility more directly, the behavior with respect to customers is determined by both environmental stressors on EE.FF.D. (primarily legal nature) and on the other hand, the level of response that determines the degree of transparency offered and is based on three factors (level of risk taken, the presence of women on the board of directors and a unit within the organization responsible management of CSR).

In the area of indirect responsibility, informative behavioral explanation focuses not so much on environmental pressure, but in the responsiveness of the organization.

### Final Comment

During the development of this thesis we have raised several difficult questions that could fit inside many other general and even more complex than can be summarized as follows: Could have prevented further development of CSR economic crisis? Chances are that, by itself, in isolation, no. Can that has cushioned and have reduced their negative effects in part? Probably yes. Can CSR help out of the crisis? Most likely not, since CSR is not sufficiently implemented in the whole industry. Can CSR prevent similar situations in the future? Yes, if adopted across the board for the whole industry, because the CSR contains a set of core values that make its adoption by FI's, from a strategic, one fundamental strength to face the future at an advantage .

It would therefore be desirable in the near future there is a real convergence between "being" and the "ought" of the entities, and thus, the CSR reports become true reflection of a genuine commitment to communicate irrefutably the events in the field of sustainability, balanced satisfying the expectations of stakeholders and the company itself, since each of these objectives is necessary for each other.

Resumen y conclusiones (en inglés)

## *BIBLIOGRAFÍA*



## **BIBLIOGRAFÍA**

Aaronson, A. y Reeves, J. (2002). The european response to public demands for global corporate responsibility, Harvard Institute for International Development.

Abad-Guerrero, I.M. (1996). La satisfacción del personal: El caso de las entidades financieras. X Congresos Nacional, VII Congreso Hispano-Francés AEDEM. Granada. III pp. 910-919.

Abbott, W. y Monsen, R. (1979). "On the measurement o the corporate social responsibility: self-reported disclosure as a measure of corporate social involvement." *Academy of management journal* 22 (3), 501-515.

Abela, J.A. (1998). Las técnicas de análisis de contenido: una revisión actualizada. Fundación Centro de Estudios Andaluces, 34.

Abu-Baker, N. y Naser, K. (2000). "Empirical evidence on corporate social disclosure (CSD) practice in Jordan." *IJCM* 10 (3-4), 18-34.

Adams, C.A. (2002). "International organizational factors influencing corporate social y ethical reporting beyond current theorising." *Accounting, Auditing & Accountability Journal* 15 (2), 223-250.

Adams, C.A., Hill, W.Y. y Roberts, C.B. (1995). "Environmental, employee and ethical reporting in Europe." *Chartered Association of Certified Accountants* (41).

Adams, C.A., Hill, W.Y. y Roberts, C.B. (1998). "Corporate social reporting practices in Western Europe: Legitimizing corporate behaviour?" *British accounting review* 30 (1), 1 21.

Adams, M. y Hossain, M. (1998). "Managerial discretion and voluntary disclosure: empirical evidence from the New Zeland life insurance industry." *Journal of Accounting and Public policy* 17 (3), 245-281.

AECA (2004). Marco conceptual de la responsabilidad social corporativa. Madrid, AECA.

AECA (2005). Límites de la información de sostenibilidad: entidad, devengo y materialidad. Madrid, AECA.

Ahmad, Z., Hassan, S. y Mohammad, J. (2003). "Determinants of environmental reporting in Malaysia." *International journal of business studies* 11 (1), 69-90.

Ahmed, K. y Nichols, D. (1994). "The impact of non-financial company characteristics on mandatory disclosure compliance in developing countries: the case of Bangladesh." *The international journal of accounting* 29 (62-77).

Ahmed, N. (2004). Corporate environmental disclosure in Lybia: evidence and environmental determinism theory, Napier University.

Ajinkya, B.S. y Sengupta, P. (2005). " The association between outside directors, institutional investors and the properties of management earnings forecasts." *Journal of Accounting Research* 43, 343-376.

Appold, S.J., Siengthai, S. y Kasarda, J.D. (1998). "The employment of women managers and professionals in an emerging economy: gender inequality as an organizational practice." *Administrative Science Quarterly* 43 (3), 538-565.

Aranguren, N. (2008). Divulgación de información sobre responsabilidad social: un análisis comparativo entre empresas cotizadas de Alemania, España y Reino Unido. Economía y dirección de empresas. San Sebastián, Deusto.

Aranguren, N. y Maldonado, S. (2009). La divulgación de información social en América Latina: el caso de México, Chile y Colombia. XV Congreso AECA: "Decidir en época de crisis: transparencia y responsabilidad". Valladolid, AECA, 30.

Aranguren, N. y Martinez, L. (2012). "Divulgación de información sobre responsabilidad social por los bancos chilenos." *Economía Global e Gestão* 15 (2), 115-135.

Aranguren, N. y Ochoa, E. (2008). "Divulgación de información sobre empleados y medioambiente en España y Alemania: una nota de investigación." *Rc-sar* 11 (2), 123-



142.

Archel, P. (2003). "La divulgación de la información social y medioambiental de la gran empresa española 1994-1998: situación actual y perspectivas." *Revista española de financiación y contabilidad* XXXII (117 (abril - junio)), 31.

Archel, P. y Lizarraga, F. (2001). "Algunos determinantes de la información medioambiental divulgada por las empresas españolas cotizadas." *Revista de contabilidad* 4 (7, enero-junio), 129-153.

Argandoña, A. (1995). "The treatment of ethical problems in financial institutions and markets." *Springer Verlag*, 1-26.

Argandoña, A. (1998). "The stakeholders theory and the common good." *Journal of business ethics* (17), 10.

Argandoña, A. (2000). "Las opciones sobre acciones y la remuneración de directivos." *Harvard Deusto business review* (96).

Argandoña, A. (2009). ¿Puede la responsabilidad social corporativa ayudar a entender la crisis financiera? Cátedra "La Caixa" de Responsabilidad Social de la Empresa y Gobierno Corporativo, Universidad de Navarra.

Argandoña, A. (2010). "La dimensión ética de la crisis financiera." *Mediterráneo económico* (18), 183-198.

Argandoña, A. y Sarsa, D. (2000). Los fondos éticos y la promoción de la ética inversora, IESE Universidad de Navarra.

Aribi, Z.A. (2009). An Empirical Study of Corporate Social Responsibility and its Disclosure in Islamic Financial Institutions. School of Accounting, Economics & Statistics, Edinburgh Napier University, 273.

Ayuso, S. (2009). Estructura organizativa de la RSC en las empresas españolas, Universitat Pompeu Fabra.

Baiman, S. y Verrechia, R.R. (1996). "The relation among capital markets, financial disclosure, product efficiency and insider trading." *Journal of accounting research* 34 (1), 1-22.

Barako, D.G., Hancock, P. e Izan, H. (2006). " "Factors influencing voluntary corporate disclosure by Kenyan companies." *Corporate Governance: An International Review* 14(2), 107-126.

Bardin, L. (1986). *Análisis de contenido*, Akal, Madrid.

Baysinger, B. y Hoskisson, R.E. (1990). " The composition of boards of directors and strategic control: effects on corporate strategy." *Academy of Management Review* 15 (1), 72-87.

Belkaoui, A. y Karpik, P.G. (1989). "Determinants of the corporate decision to disclose social information." *Accounting, Auditing & Accountability Journal* 2 (1), 36-51.

Berelson, B. (1952). *Content analysis in communication research*. The free press, Glencoe, Illinois

Berger, I.E. y Kanetkar, V. (1995). "Increasing environmental sensitivity via workplace experiences." *Journal of Public Policy and Marketing* 14 (2), 205-215.

Bilimoria, D. (2000). Building the Business Case for Women Corporate Directors. Women on Corporate Boards of Directors: International Challenges and Opportunities. Dordrecht (Países Bajos), Kluwer Academic Publishers, 25-40.

Blackburn, V.L., M. Doran y Shrader, C.B. (1994). "Investigating the Dimension of Social Responsibility and the Consequences for Corporate Financial Performance." *Journal of Managerial Issues* VI (2), 195-212.

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

Boatright, J.R. (2002). *Ethics and corporate governance: justifying the role of shareholder. The Blackwell Guide to Business Ethics*. Blackwell, Oxford.

Bonsón, E. y T. Escobar (2004). "La difusión voluntaria de información financiera en Internet. Un análisis comparativo entre Estados Unidos, Europa del Este y la Unión Europea." *Revista Española de Financiación y Contabilidad* (123), 1065-1102.

Botosan, C. (1997). "Disclosure Level and the Cost of Equity Capital." *The Accounting Review* 72 (3), 323-349.

Bowen, H.R. (1953). *Social responsibilities of the business man*. Harper and Row, Nueva York,

Brammer, S. y Pavelin, S. (2004). "Voluntary social disclosures by large UK companies." *Business Ethics: A European Review* 13 (2/3), 86-99.

Branco, M. C. y Rodrigues, L.L. (2008). "Factors influencing social responsibility disclosure by portuguese companies." *Journal of business ethics* 83, 685-701.

Bravo-Urquiza, F., Abad-Navarro, M.C. y Trombetta, M. (2010). "Disclosure theories and disclosure measures." *Revista española de financiación y contabilidad* XXXIX (147), 393-415.

Bryman, A. y Bell, E. (2007). "The Ethics of Management Research: An Exploratory Content Analysis" *British Journal of Management* 18 (1), 63-77.

Buckley (2000). *El respaldo empresarial de las artes y el patrimonio en Gran Bretaña. El sector no lucrativo en España*. J. L. Ruiz Olabuénaga. Madrid, Fundación BBV.

Buhr, N. y Freedman, M. (1996). A comparison of mandated and voluntary environmental disclosures. *Critical Perspectives on Accounting Conference*. Nueva York.

Bukh, P.N., Gormess, P., Mouritsen, J. (2001). *Disclosure of intellectual capital indicators in danish IPO prospectuses*. Aarhus school of business. Aarhus, Denmark.

Burke, L. y Logsdon, J.M. (1996). "How Corporate Social Responsibility Pays Off." *Long Range planning* 29 (4), 495-503.

Buzby, S. (1975). "Company size, listed versus unlisted stocks, and the extent of financial disclosure." *Journal of Accounting Research* 13, 16-37.

Camacho, J. (2004). *Estadística con SPSS para Windows (versión 12)*. R.-M. Editorial, Madrid.

Cámara de la Fuente, M. (1996). "Empresa y gestión medioambiental." *Alta dirección*, 189, 75-84.

Campbell, D., Craven, B. y Shrives, P. (2003). "Voluntary social reporting in three FTSE sectors: a comment on perception and legitimacy." *Accounting, Auditing & Accountability Journal* 16 (4), 558-581.

Campbell, K. y Mínguez-Vera, A. (2010). "Female Board Appointments and Firm Valuation: Short and Long-Term.

Capó, J. (2010). La gestión de las políticas de responsabilidad social corporativa en las cajas de ahorro españolas. Tesis doctoral, Departament d'Economia i Ciències Socials. Valencia, Universitat Politècnica de Valencia.

Caridad y Ocerín, J.M. (2011). *Estadística*. Don Folio, Córdoba.

Carmona, S. y Carrasco, F. (1988). "Información de contenido social y estados contables: una aproximación empírica y algunas consideraciones teóricas." *Actualidad financiera* (41), 18.

Carney, T.F. (1972). *Content analysis: a technique for systematic inference from communications*, University of Manitoba Press.

Carrasco, F. y Larrinaga, C. (1995). "Organizaciones, contabilidad y el entorno natural. Una perspectiva andaluza." *Revista Española de Financiación y Contabilidad* 24(83), 393-416.

Carroll, A.B. (1989). *Business and society: ethics and stakeholders management*. South-Western College Publishing, Cincinnati, Ohio.

Carroll, A.B. (1991). "The pyramid of corporate social responsibility: toward the moral management of organizational stakeholder." *Business Horizons* 34, 39-48.

Carroll, A.B. (1996). *Ethics and Stakeholder Management*. South-Western College Publishing, Cincinnati, Ohio.

Carroll, A.B. (1999). "Corporate social responsibility. Evolution of definitional construct." *Business & society* 38 (3), 28.

Carroll, A.B. y Shabana, K.M. (2010). "The business case for corporate social responsibility: a review of concepts. Research and practice." *International journal of management reviews* 12 (1), 85-105.

Carson, T. (1993). "Friedman's theory of corporate social responsibility." *Business and professional ethics journal* 12 (1), 3-32.

Carter, D.A., Simkins, B.J. y Simpson, W.G. (2003). "Corporate Governance, Board Diversity, and Firm Value". *The Financial Review* 38, 33-53.

Castelo, M. y Lima, L. (2006). "Comunicación de corporate social responsibility by Portuguese banks. A legitimacy theory perspective." *Corporate Communications: An International Journal* 11 (3), 232-248.

Castillo, A.M. (1985). *La responsabilidad de la empresa en el contexto social: su articulación, gestión y control*. Facultad de CC. Económicas y Empresariales, Universidad de Málaga.

Castillo, A.M. (1986). *La responsabilidad de la empresa en el contexto social: su articulación, gestión y control*. Departamento de economía aplicada y administración de empresas, Universidad de Málaga.

Castillo, A.M. (1988). "Aproximación metodológica al contenido de la responsabilidad

social de la empresa." *Cuadernos de Ciencias Económicas y Empresariales* (19), 75-103.

Castro, M. y Romero, N. (2011). "Cooperativas de crédito y banca ética ¿un camino por explorar?" CIRIEC-España, *Revista de Economía Pública, Social y Cooperativa* (72), 263-300.

Cea, R. (2010). La responsabilidad social corporativa en las entidades bancarias de la Unión Europea. Análisis empírico y propuesta de modelo normalizado. Madrid, Universidad autónoma de Madrid.

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

CECU (2012). La opinión y valoración de los consumidores sobre la Responsabilidad Social de la Empresa en España en 2011.

Cendoya, J.M. (2005). "La responsabilidad social corporativa y el sector financiero español." *Capital humano* (186), 62-68.

Chamberlain, N.W. (1973). *The limits of corporate social responsibility*. Basic Books, Nueva York.

Chand, M. y Fraser, S. (2006). "The relationship between corporate social performance and corporate financial performance: industry type as a boundary condition." *The business review* (5), 240-245.

Charnes, A., Cooper, W. y Rhodes, E. (1978). "Measuring the efficiency of decision making units." *European journal of operation research* (2), 429-444.

Charro Pastor, A.M. (1993). "Banca y responsabilidad social (1)." *Boletín de estudios económicos XLVIII* (149, agosto 1993), 39.

Chen, C.J. y Jaggi, B. (2000). " Association between independent non-executive directors, family control and financial disclosures in Hong Kong." *Journal of Accounting*

*and Public Policy* 19, 285-310.

Chih, H., Chih, H. y Chen, T. (2010). "On the determinants of the corporate social responsibility: international evidence on the financial industry." *Journal of Business Ethics* (93), 115-135.

Cho, C.H. y Wong-Boren, A. (1987). " Voluntary financial disclosure by mexican corporation." *The Accounting Review* 62, 533-541.

Choi, J.S. (1999). "An investigation of initial voluntary environmental disclosures made in Korean semi-annual financial reports." *Pacific Accounting Review* 11 (1), 73-102.

Claessens, S., Ayhan, K. y Terrones, M.E. (2008). What happens during recessions, crunches and busts? IMF working paper. Fondo Monetario Internacional.

Clarckson, B.E. (1995). "A stakeholder framework for analyzing and evaluating corporate social performance." *Academy of Management Review* (20), 92-117.

Clarke, J. y Gibson-Sweets, M. (1999). "The Use of Corporate Social Disclosures in the Management of Reputation and Legitimacy: A Cross Sectoral Analysis of UK Top 100 Companies." *Business Ethics: A European Review* 8 (1), 5-13.

Colle, S. y Gonella, C. (2002). "The social and ethical alchemy: An integrative approach to social and ethical accountability." *Business Ethics* 11 (1), 86-96

Comisión de las Comunidades Europeas, (2001). Libro verde: fomentar un marco europeo para la responsabilidad social de las empresas. Bruselas, pp. 35.

Cook, T.E. (1989). An empirical study of financial disclosure by swedish companies.

Cooke, T.E. (1989). "Voluntary Disclosure by Swedish Companies." *Journal of International Financial Management and Accounting* 1, 171-195.

Cormier, D. y Magnan, M. (1999). "Corporate environmental disclosure strategies: Determinants, costs and benefits." *Journal of Accounting, Auditing and Finance* 14 (4),

429-451.

Cormier, D., Magnan, M. y Velthoven, B. (2004). "Environmental disclosure quality in large german companies: economic incentives, public pressures or institutional conditions?" *European accounting review* 14 (1), 3-39.

Cowen, S.S., Scott, S., Ferreri, L.B., Linda, B., Parker y Lee D. (1987). "The Impact of Corporate Characteristics on Social Responsibility Disclosure: A Typology and Frequency-Based Analysis." *Accounting, Organizations and Society* 12 (2), 12.

Cramer, J., Jonker, J. y Heijden, A. (2004). "making sense of corporate social responsibility." *Journal of business Ethics* 55, 215-222.

Craven, B., y Marston, C. (1999). " Financial reporting on the Internet by leading UK companies." *European Accounting Review* 8 (2), 321-333.

Creyer, E.H. y Ross, W.T. (1997). "The influence of firm behavior on purchase intention: do consumers really care about business ethics?" *Journal of Consumer Marketing* 14 (6), 421-432.

Cruz, C., Sasia, P.M. y Garibi, J. (2006). "Lo que debe ser y es una banca ética." *Lan Harremanak* 14 (1), 30.

Cuervo, A. (1982). Eficiencia y responsabilidad social de la empresa, En *Liber Amicorum: Economía, empresa y sociedad*. Thomson Civitas, Madrid.

Cuervo, A. (2005). "La maximización del valor para el accionista versus la responsabilidad social corporativa. ¿compatibilidad?" *Economistas* (106, noviembre), 13-21.

Cuesta, M. (2003). "Responsabilidad social de la empresa: concepto, medición y desarrollo en España." *Boletín económico de ICE* (2755), 7-19.

Cuesta, M. (2004). "La responsabilidad social en el sector bancario: una propuesta de indicadores para medir su contribución social." *Cuadernos de información económica*



(180, mayo-junio), 79-85.

Cuesta, M. (2006). "Responsabilidad social del sector bancario. Su contribución a un desarrollo más sostenible." *Papeles de economía española* (108), 173-189.

Cuesta, M., Muñoz, M<sup>a</sup>.J. y Fernández, M.A. (2006). "Analysis of social performance in the spanish financial industry through public data. A proposal." *Journal of business ethics* (69), 17.

Cuesta, M., Valor, M.M., Sanmartin, S. y Botija, M. (2002). La responsabilidad social corporativa: una aplicación a España, colección Herramienta de Acción Social. Madrid, UNED y Fundación economistas sin fronteras.

Da Silva, S.M. (2006). La divulgación de información medioambiental en grandes empresas a operar en Portugal en el período 2002-2004. XX Congreso anual AEDEM. 2, 41.

Da Silva, S.M. y Aibar, B. (2011). "Factores determinantes del grado de información medioambiental divulgada en las grandes empresas que operan en Portugal: un análisis univariante." *Revista de Administração e Contabilidade da Unisinos* 8 (1), 3-19.

Daub, C.H. (2007). "Assessing the quality of sustainability reporting: an alternative methodological approach." *Journal of Cleaner Production* 15(1), 75-85.

Davis, K. (1973). "The case for and against business assumptions of social responsibility." *Academy of management journal*, 312-322.

Davis, K. (1975). "Five propositions for social responsibility." *Business Horizons* 18 (3), 19-24.

De Luis-Carnicer, P., Martínez-Sánchez, A., Pérez-Pérez, M. y Vela-Jiménez, M.J. (2008). "Gender Diversity in Management: Curvilinear Relationships to Reconcile Findings." *Gender in Management: An International Review of International Comparative Management* 23, 583-597.

Dean, D.H. (2004). "Consumer reaction to negative publicity." *Journal of Business Communication* 41 (2), 192-211.

DeAngelo, L.E. (1981). "Auditor size and audit quality." *Journal of Accounting and Economics* 3, 183-199.

Decker, O.S. (2004). "Corporate social responsibility and structural change in financial services." *Managerial auditing journal* 19 (6), 17.

Deegan, C. y Gordon, B. (1996). "A study of the environmental disclosures practices of Australian corporations." *Accounting and Business Research* 26 (3), 187-199.

Deegan, C. y Rankin, M. (1997). "The materiality of environmental information to users of annual reports." *Accounting, auditing and accountability journal* 10 (4), 562-583.

Deegan, C. y Rankin, M. (1999). "The environmental reporting expectations gap: Australian evidence." *The british accounting review* 31 (3), 313-346.

Deegan, C., Rankin, M. y Tobin, J. (2002). "An examination of the corporate social and environmental disclosures of BHP from 1983-1997." *Accounting, Auditing & Accountability Journal* 15 (3), 312-343.

Déniz, M.C. y Cabrera, M.K. (2005). "Corporate social responsibility and family business in Spain." *Journal of Business Ethics* 56, 583-597.

Déniz, M.C. y Saá, P. (2003). "A resource-based view of corporate responsiveness toward employees." *Organization Studies* 24 (2), 299-319.

Dentchev, N.A. (2004). "Corporate Social Performance as a Business Strategy." *Journal of Business Ethics* 55, 397-412.

Denzin, N.K. y Lincoln, Y.S. (2000). *Introduction: the discipline and practice of qualitative research. handbook of qualitative research*, 1-28, Sage publications, Londres.

Díaz, J. (2007). Gobierno corporativo y responsabilidad social empresarial en España:

Una aproximación a los mercados financieros, Universidad Nacional de Educación a Distancia (UNED).

Donaldson, T. (1982). *Corporations and Morality*. Prentice Hall, Englewood Cliffs, New Jersey.

Donaldson, T. y Preston, L. (1995). "The stakeholders theory of the corporations: concepts, evidence, and implications." *Academy of management review* 20 (1), 27.

Douglas, A., Doris, J. y Johnson, B. (2004). "Corporate social reporting in irish financial institutions." *Total quality management magazine* 16 (6), 397-395.

Drucker, P.F. (1988). *La gerencia de empresas*. Edhasa, Barcelona.

Dye, T. (1985). "Disclosure of nonproprietary information." *Journal of Accounting Research* 23 (1), 123-145.

EIRIS, Agencia de rating social, from <http://www.eiris.org/media.html>.

Eng, L.L. y Mak, Y.T. (2003). "Corporate governance and voluntary disclosure" *Journal of Accounting and Public Policy* 22 (4), 325-345.

Epstein, J. y Freedman, M. (1994). "Social disclosure and the individual investor." *Accounting, Auditing & Accountability Journal* 7 (4), 94-109.

Epstein, M.J. y Roy, M.J. (2001). Sustainability in Action: Identifying and Measuring the Key Performance Drivers. *LRP: Long Range Planning*.

Ernst & Ernst (1978). *Social responsibility disclosure*. E. and Ernst, Cleveland.

Evan, W. y Freeman, R.E. (1988). *A stakeholder theory of the modern corporation: Kantian capitalism. Ethical Theory and Business*. Prentice Hall, Englewood Cliffs.

Fama, E. y Jensen, M. (1983). "Separation of ownership and control." *Journal of Law and Economics* 26, 301-326.

Ferguson, M., Lam, K. y Lee, G. (2002). "Voluntary disclosure by state-owned enterprises listed on the stock exchange of Hong Kong." *Journal of International Financial Management and Accounting* 13 (2), 125-152.

Fernández, J.L. y Luna L. (2003). La revelación de información social. Análisis empírico de la información divulgada a través de internet por las empresas del Ibex-35. XII Congreso AECA, Cádiz.

Fernández-Barrios, A.P. (1999). Calidad de servicio en las entidades financieras vs. los recursos humanos. La gestión de la diversidad: XIII Congreso Nacional, IX Congreso Hispano-Francés. Logroño. 2, 151-156.

Firth, M. (1979). "The impact of size, stock market listing, and auditors on voluntary disclosure in corporate annual reports." *Accounting and Business Research* 9, 273-280.

Fombrum, C.J., Gardberg, N.A. y Barnett, M.J. (2000). "Opportunity platforms and safety nets: corporate citizenship and reputational risk." *Business and Society Review* 105 (1), 85-106.

Forker, J. (1992). "Corporate governance and disclosure quality." *Accounting and Business Research* 22, 111-124.

Foster, G. (1990). *Financial Statement Analysis*. Prentice Hall, Londres.

Fraedrich, J. y Ferrell, L. (2000). *Business Ethics. Ethical Decision Making and Cases*. Houghton Mifflin, Boston.

Franklin, T. (2008). *Sustainability metrics*. University of Whitewater, Wisconsin, University of Wisconsin.

Frederick, W.C. (1998). "Creatures, Corporations, Communities, Chaos, Complexity: A Naturological View of Corporate Social Role." *Business and Society* 37 (4), 358-389.

Frederick, W.C., Post J.E., y Davis, K. (1992). *Business and society: corporate strategy, public policy, ethics*. McGraw Hill, Nueva York.

Freeman, R.E. (1984). *Strategic management. A stakeholder approach*. Marshfield, Pitman Publishing Inc., Massachusetts.

Freeman, R.E. y Gilbert, D.R. (1988). *Corporate strategy and the search of ethics.*, Prentice Hall, Nueva York.

Friedman, M. (1962). *Capital and freedom*. University of Chicago Press, Chicago.

Friedman, M. (1970). Social Responsibility of business. Nueva York Times Magazine.

Friedman, M. (1971). "Does business have social responsibility?" *Bank Administration*, 13-14.

Frooman, J. (1997). "Socially irresponsible and illegal behavior and shareholder wealth." *Business and Society* 36 (3): 221-249.

Frost, G. y Wilmshurst, T. (2000). "The adoption of environmental related management accounting: an analysis of corporate environment sensitivity." *Accounting Forum* 24 (4).

Fuentes, P. (1993). "Legitimación y Contabilidad Medioambiental." *Revista Española de Financiación y Contabilidad* XXII (75), 317-332.

Fuentes-García, F.J., Núñez-Tabales, J. y Veroz-Herradón, R. (2005). "Alternativas de cumplimiento de responsabilidad social corporativa en gestión de recursos humanos." *Universia business review* 7 (tercer trimestre 2005), 22.

Fuentes-García, F.J., Núñez-Tabales, J. y Veroz-Herradón, R. (2008). "Applicability of Corporate Social Responsibility to Human Resources Management: Perspective from Spain." *Journal of Business Ethics* 82, 27-44.

Fukukawa, K., Shafer, W.E. y Lee, G.M. (2007). "Values and attitudes towards social and environmental accountability: A study of MBA student." *Journal of business ethics* (71), 381-394.

Gandía, J.L. (2008). "Determinants of interest-based corporate governance disclosure

by Spanish listed companies." *Online Information Review* 32 (6), 791-817.

Gandía, J.L. y Andrés, T. (2005). e-Gobierno corporativo y transparencia informativa en las sociedades cotizadas españolas: un estudio empírico. Comisión Nacional del Mercado de Valores, Dirección de Estudios y Estadísticas.

Gao, S.S., Hervai, S. y Xiao, J.Z. (2005). "Determinants of corporate social and environmental reporting in Hong Kong: a research note." *Accounting forum* 29 (2), 233-242.

Gao, S., Zhank, T. y Zhank, J. (2007). "Corporate environmental reporting on the web. An exploratory study of chinese listed companies." *Issues in social and environmental accounting* 11, 91-108.

García, M.A. y Monterrey, J. (1993). "La revelación voluntaria en las compañías españolas cotizadas en bolsa." *Revista Española de Financiación y Contabilidad* 74, 53-70.

García, E. y Sánchez, J. (2006). "Un estudio meta-analítico de los factores determinantes de la revelación de información." *Revista Española de Financiación y Contabilidad* 35(132), 761-788.

García-Álvarez de Perea, J. (2005). Responsabilidad social corporativa: un análisis conceptual y de la información suministrada por las empresas españolas del IBEX-35. XIII Congreso AECA. Oviedo.

García-Ayuso, M. y Larrinaga, C. (2003). "Environmental disclosure in Spain: corporate characteristics and media exposure." *Revista española de financiación y contabilidad* (115, abril), 31.

García-Lombardía, P. (2007). La RSC aplicada a los Recursos Humanos, "clave" para cambiar la gestión y promover la conciliación, según los expertos. Europa press. Madrid.

García-Meca, E. y Martínez, I. (2004). "Divulgación voluntaria de información

empresarial: índices de Revelación." *Partida Doble* 157, 66-77.

García-Sánchez, I. (2008). "Corporate social reporting: Segmentation and characterization of Spanish companies." *Corporate Social Responsibility and Environmental Management* 15 (4), 187-198.

Gelb, D.S. y Strawser, J.A. (2001). "Corporate social responsibility and financial disclosures: an alternative explanation for increased disclosure." *Journal of business ethics* (33), 14.

Gephart, R.P. y Wolfe, R.A. (1989). "Qualitative data analysis: three micro-supported approaches." *Academy of management proceedings* (Agosto, 1), 382-386.

Gildia, R.L. (1995). "Consumer Survey Confirms Corporate Social Responsibility affects Buying Decisions." *Public Relations Quarterly* (39), 20-21.

Giner-Inchausti, B. (1997). "The influence of company characteristics and accounting regulation on information disclosed by spanish firms." *The european accounting review* 6 (1), 45-68.

Global Reporting Initiative, (2006). Sustainability reporting guidelines. Amsterdam, Global Reporting Initiative.

Global Reporting Initiative, (2011). Sustainability reporting guidelines. Amsterdam, Global Reporting Initiative.

Godfrey, P.C., Merrill, C.B. y Hansen, J.M. (2009). "The relationship between corporate social responsibility and shareholder value: an empirical test of the risk management hypothesis." *Strategic Management Journal* 30, 425-445.

Gómez, J.V. (2007). Divulgación de información sobre intangibles en las empresas cotizadas españolas: factores determinantes e impacto en los mercados financieros y en la reputación corporativa. Tesis Doctoral. San Sebastián, Universidad de Deusto.

Gómez-Bezares, F. (2011). "Ética, eficiencia y responsabilidad social corporativa." *Signos*

*universitarios: revista de la Universidad del Salvador* 30 (47), 123-138.

Gray, R. (2001). "Thirty years of social accounting, reporting and auditing: what (if anything) have we learnt?" *Business ethics: an european review* 10 (1), 7.

Gray, R. (2009). "Social and environmental accounting and reporting: From ridicule to revolution? From hope to hubris?" *Issues in Social and Environmental Accounting* 2 (1), 3-18.

Gray, R., Javad, M., Power, D. y Sinclair, C.D. (2001). "Social and environmental disclosure and corporate characteristics: a research note and extension." *Journal of Business Finance & Accountability* 28 (3-4), 327-356.

Gray, R., Kouhy, R. y Lavers, S. (1995). "Corporate social and environmental reporting - a review of the literature and longitudinal study of UK disclosure." *Accounting, Auditing & Accountability Journal* 8 (2), 47-77.

Gray, R., Owen, D. y Adams, C.A. (1996). *Accounting and Accountability: changes and challenges in corporate social and environmental reporting*. Prentice Halls, Londres.

Griffin, J. y Mahon, J. (1997). "The corporate social performance and corporate financial performance debate: Twenty-five years of incomparable research." *Business and Society* 36 (1), 5-31.

Gul, F.A. y Leung, S. (2004). "Board leadership, outside directors' expertise and voluntary corporate disclosures." *Journal of Accounting and Public policy* 23 (5), 351-379.

Guthrie, J. y Mathews, M.R. (1985). "Corporate social accounting in australasia." *Research in corporate social performance and policy* 7, 251-277.

Guthrie, J. y Parker, L.D. (1989). "Corporate social reporting: a rebuttal of legitimacy theory." *Accounting and Business Research* 19 (76), 343-352.

Guthrie, J. y Parker, L.D. (1990). "Corporate social disclosure practice: a comparative international analysis." *Advances in public interest accounting* (3), 159-173.



Guthrie, J. y Petty, R. (2000). "Are Companies thinking smart?" *Australian CPA July*, 62-65.

Guthrie, J., Petty, R., Yongvanich, K. y Ricceri, F. (2004). "Using content analysis as a research method to inquire into intellectual capital reporting." *Journal of Intellectual Capital* 5 (2), 282-293.

Gutiérrez-Jaimez, R. (1999). Tipificación, caracterización y clasificación de áreas territoriales andaluzas mediante técnicas estadísticas multivariantes (volumen 2). Sevilla, Instituto de Estadística de Andalucía.

Hackson, D. y Milne, M.J. (1996). "Some determinants of social and environmental disclosures in New Zealand companies." *Accounting, Auditing & Accountability journal* 9 (1), 77-108.

Haig, M. y Hazelton, J. (2004). "Financial markets, a tool for corporate social responsibility." *Journal of business ethics* 52, 59-71.

Hair, J.F. (1995). *Multivariate data analysis with readings*.

Hamid, F. (2004). "Corporate Social Disclosure by Banks and Finance Companies: Malaysian Evidence." *Corporate Ownership & Control* 1 (4), 118-130.

Haniffa, R. y Cooke, T.E. (2002). "Culture, Corporate Governance and Disclosure in Malaysian Corporation." *ABACUS* 38 (317-349).

Haniffa, R. y Cooke, T.E. (2005). "The impact of culture and governance on corporate social reporting." *Journal of Accounting and Public Policy* 24, 391-430.

Haniffa, R. y Hudaib, M. (2004). Disclosure practice of islamic financial institutions: an exploratory study. The international conference on accounting, commerce & finance: the islamic perspective, Brisbane, Australia.

Haro de Rosario, A., Alarcón, F. y Caba, M.C. (2012). "Los determinantes de la divulgación de información sobre responsabilidad social corporativa en el sector

financiero: el caso español." *Revista Facultad de Ciencias Económicas: Investigación y Reflexión XX (1)*, 189-205.

Haron, H., Yahya, S., Chambers, A. Manasseh, S. e Ismail, I. (2004). Level of corporate social disclosure in Malaysia. Fourth Asia Pacific Interdisciplinary Research in Accounting Conference. Singapore.

Hart, S.L. y Sharma, S. (2004). "Engaging fringe stakeholders for competitive imagination." *Academy of Management Executive (18)*, 7-18.

Hassan, N., (2010). Corporate social responsibility disclosure: an examination of framework of determinants and consequences, Durham University, 390.

Healy, P. y Palepu, K. (1995). "The challenges of investors communications: the case of CUC International." *Journal of Financial Economics 38*, 111-141.

Hemingway, A. y Maclagan, P.W. (2004). "Managers' personal values as drivers of corporate social responsibility." *Journal of Business Ethics 50 (1)*.

Hernández, J. y Ramiro, P. (2009). *El negocio de la responsabilidad. Crítica de la responsabilidad social corporativa de las empresas transnacionales*, Editorial Icaria, Madrid.

Hethering, K. (2002). Corporate social disclosure and the influence of accountability standards, Sunderland University.

Hibbitt, C. (2003). *External environmental disclosure and reporting by large European companies. An economic, social and political analysis of managerial behaviour.*, 613, Rozenberg Publishers, Amsterdam.

Hill, C.W.L., Kelley, P.C., Kelley, P.C. y Agle, B.R. (1991). An empiricar examination of the determinants of OSHA violations. International association for business and society 1990 proceedings, International association for business and society 402-412.

Ho, L.J. y Taylor, M.E. (2007). "An empirical analysis of triple bottom-line reporting and

its determinants: evidence from the United States and Japan." *Journal of international financial management and accounting* 18 (2), 123-150.

Ho, S. y Wong, K. (2001). " A study of the relationship between corporate governance structures and the extent of voluntary disclosure." *Journal of International Accounting, Auditing and Taxation* 10, 139-159.

Hogan, W.P. y Sharpe, I.G. (1997). "Prudential regulation of the financial system: A functional approach." *Agenda* 4 (1), 15-28.

Holland, L. y Foo, Y.B. (2003). "Differences in environmental reporting practices in the UK and the US, the legal and regulatory context." *The british accounting review* 35 (1), 1-18.

Holsti, O.R. (1969). *Content analysis for the social sciences and humanities*. Addison-Wesley, Londres.

Hopkins, M. (2003). *The Planetary Bargain. Corporate Social Responsibility Matters*. Routledge, Londres.

Hossain, M., Tan, L.M. y Adams, M. (1994). "Voluntary disclosure in an emerging capital market; some empirical evidence from firms listed on the Kuala Lumpur Stock Exchange." *The international journal of accounting* 29 (334-351).

Hossain, M., Islam, K. y Andrew, J. (2006). Corporate social and environmental disclosure in developing countries: evidence from Bangladesh. Faculty of commerce papers, University of Wollongong.

Howton, S.D., Howton, S.W. y McWilliams, V.B. (2005). *Management, Governance and Corporate Responsibility en el libro Handbook on Responsible Leadership and Governance in Global Business*, 243-258, E. Elgar. Londres.

Humble, J. (1975). La responsabilidad social de la empresa. Madrid, Fundación Universidad Empresa.

Huse, M. y Eide, D. (1996). "Stakeholder management and the avoidance of corporate control." *Business and society* (35), 211-244.

Husted, B.W. y Allen, D.B. (2001). Toward a model of corporate social strategy formulation. Proceedings of the Social Issues in Management Division at Academy of Management Conference. Washington.

IASB (1988). Conceptual Framework for the Preparation and Presentation of Financial Statements. I. A. S. Board). Londres.

Ibrahim, N.A., Howar, D.P. y Angelis, J.P. (2003). "Board members in service industry: an empirical examination of the relationship between corporate social responsibility orientation and directional type." *Journal of business Ethics* 47, 393-401.

Illia, L., Rodríguez-Cánovas, B., Gonzalez del Valle Brena, A. y Romenti, S. (2010). "La comunicación de la RSC entre las 250 principales empresas europeas." *Cuadernos de información* (27, (julio - diciembre)), 11.

Jaggi, B. y Low, P. (2000). "Impact of Culture, Market Forces and Legal System on Financial Disclosures " *The International Journal of Accounting* 35 (4), 495-519.

Jensen, M. (1993). "The modern industrial revolution, exit and the failure of internal control systems." *Journal of Finance* 48, 831-880.

Jensen, M.C. y Meckling, W. (1976). "Theory of the Firm: Managerial Behaviour, Agency Cost, and Capital Structure." *Journal of Financial Economics* 3 (octubre), 305-360.

Jinfeng, Z.Z. y Huifeng, X. (2009). "Empirical research on factors influencing level of environmental protection information disclosure in annual reports by listed companies." *Chinese journal of population, resources and environment* 7 (1), 15-22.

Jones, M.J. y Shoemaker, P.A. (1994). "Accounting narratives: a review of empirical studies of content and readability." *Journal of accounting literature* 13.

Joyner, B.E. y Payne, D. (2002). "Evolution and implementation: a study of values,

business ethics and corporate social responsibility." *Journal of business ethics* 4 (4), 297-291.

Kassarjian, H. (1977). "Content analysis in consumer research." *Journal of consumer research* 4, 8-18.

Kassinis, G. y Vafeas, N. (2002). "Corporate boards and outside stakeholders as determinants of environmental litigation." *Strategic Management Journal* 23 (5), 399-415.

Kavitha, W. y Anita, P. (2011). "Disclosures about CSR practices: a literature review." *The IUP journal of corporate governance* X (1), 45-55.

Kent, P. y Stewart, J. (2008). "Corporate governance and disclosures on the transition to International Financial Reporting Standards." *Accounting and Finance* 48, 649-671.

Key, S. y Popkin, S.J. (1998). "Integrating ethics into the strategic management process: doing well by doing good." *Management decision* 36 (5), 331-338.

Kolbe, R. H. y Burnett, M.S. (1991). "Content analysis research: an examination of applications with directives for improving research reliability and objectivity." *Journal of consumer research* 18 (2), 243-250.

Kotler, P. (1997). *Fundamentos de mercadotecnia*. Pearson Educación, México.

Krippendorff, K. (1980). *Content Analysis: An introduction to its methodology*. Sage publications, Londres.

Krippendorff, K. (1990). *Metodología de análisis de contenido. Teoría y Práctica*. Paidós Comunicación, Barcelona.

Ladrech, R. (1999). Political parties and the problem of legitimacy in the EU. Legitimacy and the EU. The contested policy. T. Banchoff and M. P. Smith. Nueva York, Routledge, 93-112.

## Bibliografía

Lang, M. y Lundholm, R. (1993). "Cross-sectorial determinants of analyst ratings of corporate disclosures." *Journal of accounting research* 31 (2), 246-271.

Larrache, E. (2009). "Responsabilidad social empresarial en el sistema financiero argentino."

Larrán, M. y Giner, B. (2001). El desequilibrio entre demanda y oferta informativa: ¿está la solución en internet? VII jornada de trabajo de análisis contable. Madrid.

Larrán, M., García-Borbolla, A. y López, R. (2009). "Evolución de la divulgación de información financiera en la web corporativa de empresas cotizadas." VII workshop on empirical research in financial accounting.

Larrinaga, C. (1999). "¿Es la Contabilidad Medioambiental un paso hacia la sostenibilidad o un escudo contra el cambio? El caso del sector eléctrico español." *Revista Española de Financiación y Contabilidad* XXVIII (101), 645-674.

Lee, S. K. (1992). "Quantitative versus qualitative research methods - two approaches to organisation studies." *Asia Pacific Journal of Management* 9 (1): 87-94.

Leung, S. y Horwitz, B. (2004). "Director ownership and voluntary segment disclosure: Hong Kong evidence." *Journal of International Financial Management and Accounting* 15, 235-260.

Lev, B. y Penman, S. (1990). "Voluntary forecast disclosure, nondisclosure, and stock prices." *Journal of accounting research* 28, 49-76.

Levitt, T. (1958). "The dangers of social responsibility." *Harvard Business Review*, 5, 41-50.

Levy, K. y Shatto, G.M. (1980). "Social responsibility in large electric utility firms: The case for Philanthropy." *Research in Corporate Social Performance and Policy* 2, 237-249.

Lewis, M. (1995). "A review of economic instruments in environmental control." *Environmental policy and practice* 5 (2), 63-67.

Li, Y. y McConomy, B. (1999). "An empirical examination of factors affecting the timing of environmental accounting standard adoption and the impact on corporate valuation." *Journal of Accounting, Auditing and Finance* 14 (3), 279-313.

Lindblom, C.K. (1994). The implications of organizational legitimacy for corporate social performance and disclosure. Critical Perspectives on Accounting Conference. Nueva York.

Lindgreen, A., Swaen, V. y Johnston, W.J. (2009). "Corporate Social Responsibility: an empirical investigation of U.S. organizations." *Journal of Business Ethics* 85, 303-323.

Llena, F., Moneva, J.M., Hernández, B. (2007). "Environmental disclosures and compulsory accounting standards, the case of spanish annual reports." *Business strategy and the environment* (16), 14.

López-Guzmán, T., Sánchez Cañizares, S., Nascimento Jesús, M.M. y Gomes Trindade Da Costa, J. (2010). "La satisfacción laboral del capital humano femenino en la actividad hotelera: un estudio de caso para Andalucía y Algarve." *Revista Universitaria de Ciencias del Trabajo*, (11), 127-145.

López-Iturriaga, F.J., Cepeda, R., Cornejo, P.V. y Ansola, E.S. (2007). "La obra social de las cajas de ahorros: un análisis exploratorio." *Universia Business Review* (Segundo trimestre), 12.

Lozano, J.M. (1999). *Ética y empresa*. Trotta, Madrid.

Maali, B., Casson, P. y Napier, C. (2006). "Social reporting by islamic banks." *ABACUS* 42 (2).

Mangos, N. y Lewis N. (1995). "A socio-economic parafigm for analysing mamagers' accounting choice behaviour." *Accounting, Auditing & Accountability Journal* 8 (1), 38-62.

Manrai, L.A. y Manrai, A.K. (2007). "A field study of customers' swiching behaviour for

bank services." *Journal of retailing and consumer services* 14, 208-215.

Martínez, F., Domínguez, J.C. y Murias, P. (2005). "El análisis envolvente de datos en la construcción de indicadores sintéticos. Una aplicación a las provincias españolas." *Estudios de economía aplicada* 23 (3), 753-771.

Marston, C. y Shrides, P. (1991). "The use of disclosure indices in accounting research: a review article." *British accounting review* (23), 195-210.

Martén, I. (2005). "Responsabilidad social empresarial: un debate de actualidad." *Economistas*(106, noviembre), 22-30.

Mashat, A. (2005). Corporate social responsibility disclosure and accountability (the case of Libya). Manchester, Manchester Metropolitan University.

McKinnon, J.L. y Dalimunthe, L. (1993). "Voluntary disclosure of segment information by australian diversified companies." *Accounting and Finance* 33 (1), 33-50.

Meek, G.K., Roberts, C.B. y Gray, S.J. (1995). "Factors influencing voluntary annual report disclosures by U.S., U.K. and European multinational corporations." *Journal of international business studies* 26(3, Tercer trimestre), 18.

Melé, D. (1991). "Ética y empresa." *Información comercial española*(691, marzo), 122-134.

Melé, D. (2007). "Responsabilidad social de la empresa: una revisión crítica a las principales teorías." *Ekonomiaz* (65, 2 cuatrimestre).

Mendoza, E. y Terrones, M.E. (2008). An anatomy of credit booms: evidence from macro aggregates and micro data. National Bureau of Economic Research, Cambridge.

Merton, R. y Bodie, Z. (1995). The global financial system: a functional perspective. Boston.

Miles, M. y Zhang, P. (2007). "Corporate governance in China - Dilemmas and false



starts." *Review of International Comparative Management* 8, 199-215.

Milne, M.J. y Adler, R.W. (1999). "Exploring the reliability of social and environmental disclosures content analysis." *Accounting, Auditing & Accountability journal* 12 (2), 237-256.

Mishra, S. y Suar, D. (2010). "Does corporate social responsibility influence firm performance of indian companies?" *Journal of business ethics* (95), 571-601.

Moneva, J.M. (2006). "Mecanismos de verificación de la información sobre responsabilidad social corporativa." *Papeles de Economía Española* (108), 75-90.

Moneva, J.M. (2007). "El marco de la información sobre responsabilidad social de las organizaciones." *Ekonomiaz: Revista vasca de economía* (65), 284-317.

Moneva, J.M. y Llena, F. (1996). "Análisis de la información sobre Responsabilidad Social." *Revista española de financiación y contabilidad XXV* (87), 41.

Moneva, J.M. y Llena, F. (2000). "Environmental disclosures in the annual reports of large companies in Spain." *The european accounting review* 9 (1), 23.

Moneva, J.M. y Ortas, E. (2007). "Información de sostenibilidad y performance financiera en el mercado español: especial referencia al sector financiero." *Ekonomiaz* (66, tercer trimestre), 246-265.

Monteiro, S.M.S. y Aibar-Guzmán, B. (2009). "Determinants of environmental disclosure in the annual reports of large companies operating in Portugal." *Corporate social responsibility and environmental management*.

Moore, G. (2001). "Corporate Social and Financial Performance: An Investigation in the UK Supermarket Industry." *Journal of Business Ethics* 34 (3-4), 167-180.

Morris, R. (1994). "Computerized content analysis in management research: a demonstration of advantages and limitations." *Journal of management* 20 (4), 903-931.

## Bibliografía

Morris, S. (1997). Environmental pollution and competitive advantage: an exploratory study of U.S. industrial-goods manufacturers. Academy of management conference proceedings, Nueva York, Academy of Management.

Muñoz, M.J., Fernández A., Cuesta, M. (2004). "Responsabilidad social en el sistema bancario: una primera aproximación de evaluación para el caso español." EBEN, *Papeles de Ética, Economía y Dirección* (12), 1-12.

Murray, K.B. y Vogel, C.M. (1997). "Using a hierarchy-of-effects approach to gauge the affectiveness of corporate social responsibility to generate goodwill toward the firm: Financial versus nonfinancial impacts." *Journal of Business Research* 38 (2), 141-159.

Myers, S.C. (1977). "Determinants of corporate borrowings." *Journal of Financial Economics* 5 (147-175).

Naciones Unidas, (2008). Guidance on corporate responsibility indicators in annual reports. Nueva York y Ginebra.

Nascimento, M.M. (2001). Ética y actividad empresarial: Cultura y valores éticos en las empresas algarveñas, Universidad de Huelva.

Nash, L.L. (1983). "Una ética para la toma de decisiones." *Harvard Deusto Business Review* (Primavera), 57-71.

Nelling, E. y Webb, E. (2009). "Corporate social responsibility and financial performance: the "virtuous circle revisited." *Rev Quant Finance Accounting and Business* 32 (197-209).

Neter, J., Wasserman, W. y Kutner, M.H. (1990). *Applied linear statistical models*. McGrawHill, Londres.

Neu, D., Warsame, H. y Pedwell, K. (1998). "Managing public impressions: environmental disclosures in annual reports." *Accounting, Organizations and Society* 23 (3), 265-282.

Neuendorf, K.A. (2002). *The content analysis guidebook*. Sage Publications, California.

Nieto, M. y Fernández, R. (2004). "Responsabilidad social corporativa: la última innovación en management." *Universia Business Review* (1), 28-39.

Ochoa, E. (1998). Calidad de la información contable de las empresas guipuzcoanas. Estudio sobre el grado de cumplimiento de la legislación mercantil relativa a la presentación de estados financieros, Universidad de Deusto.

Ochoa, E. y Aranguren, N. (2005). Divulgación de información social y medioambiental. Un estudio empírico de las empresas del Ibex35. XIII Congreso AECA "Armonización y Gobierno de la Diversidad". Oviedo.

OEKOM, Agencia de rating social, from [http://www.oekom-research.com/index\\_en.php?content=corporate-rating](http://www.oekom-research.com/index_en.php?content=corporate-rating).

Ortiz, E. y Clavel, J.G. (2006). "Índices de revelación de información: una propuesta de mejora de la metodología. Aplicación a la información sobre recursos humanos incluida en los informes 20F." *Revista española de financiación y contabilidad* XXXV (128), 87-113.

Ortiz, J. y Cordero G.C. (2007). Informe 2007, La responsabilidad social corporativa en España.

Oshana, M. (1997). "Ascriptions of responsibility." *American Philosophical Quarterly* (34), 71-83.

Owen, D.L. (2003). Recent developments in european social and environmental reporting and auditing practice - a critical evaluation and tentative prognosis. Research paper series. Nottingham, International centre for corporate social responsibility. 2.

Owen, D. y Swift, T. (2001). "Introduction social accounting, reporting and auditing: beyond the rhetoric?" *Business ethics: an european review* 10 (1, enero), 5.

Oyelere, P., Laswad, F., y Fisher, R. (2003). "Determinants of Internet financial reporting by New Zealand companies." *Journal of International Financial Management and*

*Accounting* 14 (1), 26-63.

Papasolomou-Doukakis, I., Krambia-Karpadis, M. y Katsioloudes, M. (2005). "Corporate Social Responsibility: The Way Forward? Maybe Not." *European Business Review* 17 (3), 263-279.

Parejo, J.A., Calvo, A., Cuervo, A. y Rodríguez, L. (1987). Manual de sistema financiero español, Ariel economía

Parejo, J.A., Calvo, A., Cuervo, A. y Rodríguez, L. (2002). Manual de sistema financiero español, Ariel economía

Parés i Maicas, M. (1991). Mecenatge, patrocini i comunicació. Barcelona, ESERP-PPU.

Parés i Maicas, M. (1994). La nueva filantropía y la comunicación social: mecenazgo, fundación y patrocinio. Barcelona, ESERP-PPU.

Parsa, S. y Kouhy, R. (2005). Social reporting by companies listed on the alternative investment market. British accounting association annual conference, Edinburgh.

Parsa, S. y Deng, L.X. (2008). "Capital markets' reactions to social information announcements." *International Journal of Accounting and Finance* 1 (1), 107-120.

Patten, D. (1991). "Exposure, legitimacy, and social disclosure." *Journal of accounting and public policy* 10, 297-308.

Patten, D. (1992). "Intra-industry environmental disclosures in response to the alaskan oil spill: a note on legitimacy theory." *Accounting, organizations and society* 17 (5), 471-475.

Patton, M.Q. (1990). *Qualitative evaluation and reseach methods*. Sage Publications, California.

Pava, M.L. y Krausz, J. (1996). *Corporate Social Responsibility and Finacial Performance: The Paradox of Social Cost*. Quorum Books, Westport.

Pena, J.B. (1979). "La distancia P: un método para la medición del nivel de bienestar." *Revista española de economía* (4), 50-91.

Pérez, A. (2011). Estudio de la imagen de responsabilidad social corporativa: formación e integración en el comportamiento del usuario de servicios financieros. Departamento de Administración de Empresas, Universidad de Cantabria.

Pérez-Ruiz, A. y Rodríguez-Bosque, I. (2012). "La imagen de Responsabilidad Social Corporativa en un contexto de crisis económica: el caso del sector financiero español." *Universia Business Review* Primer trimestre 2012 (33), 14-29.

Pilat, D. (2005). The drivers of economic growth and the potential role for CSR. OECD draft paper.

Pinkstone, T.S. y Carroll, A.B. (1996). "A retrospective examination of CSR orientation: have the changed?" *Journal of Business Ethics* 15 (2).

Porter, M.E. y Kramer, M.R. (2002). "The competitive advantage of corporate philanthropy." *Harvard Business Review* 80(12), 56-69.

Porter, M.E. y Kramer, M.R. (2003). "La filantropía empresarial como ventaja competitiva." *Harvard Deusto Business Review* (112), 25.

Porter, M.E. y kramer, M.R. (2006). "Strategy and society: the link between competitive advantage and corporate social responsibility." *Harvard Business Review* (84), 15.

Prior, F. y Argandoña, A. (2009). "Best Practices in Credit Accessibility and Corporate Social Responsibility in Financial Institutions." *Journal of Business Ethics* 87, 251-265.

Purushothaman, M., Tower, G., Hancock, R. y Taplin, R. (2000). "Determinants of Corporate Social Reporting Practices of Listed Singapore Companies." *Pacific Accounting Review* 12 (2), 101-133.

Puxty, A.G. (1986). "Social Accounting As Inmaterial Legitimation. A Critique of A Technician Ideology." *Advances in Public Interest Accounting* 1, 95-111.

Quazi, A.M. y O'Brien, D. (2000). "empirical test of cross-national model of corporate social responsibility." *Journal of business ethics* 25 (1), 33-51.

Quintás, J.R. (2006). "Las cajas de ahorro en el ámbito de la responsabilidad social corporativa." *Papeles de Economía Española* (108), 128-143.

Raffournier, B. (1995). "The determinants of voluntary financial disclosure by swiss listed companies." *The european accounting review* 4 (2), 261-280.

Ratanajongkol, S., Davey, H. y Low, H. (2006). " Corporate Social Reporting in Thailand: The News is all Good and Increasing." *Qualitative Research in Accounting & Management* 3 (1), 67-83.

Rechner, P. y Dalton, D. (1991). "CEO duality and organizational performance: a longitudinal analysis." *Strategic Management Journal* 12, 155-160.

Redondo, H. (2005). "Cómo integrar la Responsabilidad Social en la cultura empresarial." *Revista asturiana de economía* (34), 11.

Riffe, D., Lacy, S., Fico, F. (1998). *Analysis media messages: using quantitative content analysis in research*. Routledge, Londres.

Rios, A., Ruiz, M., Tirado, P. y Carbonero, M. (2012). "Una aproximación a la relación entre la información sobre la responsabilidad orientada al cliente y la reputación corporativa de las entidades financieras españolas." *Cuadernos de Economía y Dirección de la Empresa* (15), 130-140.

Robb, S.W.G., Single, L.E. y Zarzeski, M.T. (2001). "Nonfinancial disclosures across Anglo-American countries." *Journal of international Accounting, Auditing & Taxation* (10), 71-83.

Roberts, R.W. (1992). "Determinants of corporate social responsibility disclosure: an application of stakeholder theory." *Accounting Organizations and society* 17 (6), 595 - 612.

Rodríguez, O. (2005). Responsabilidad social corporativa y capital social en el sector financiero: un debate en la encrucijada. XIII congreso AECA. U. A. d. Madrid. Oviedo, 25.

Rodríguez-Parada, S.M. y Cabaleiro Casal, M.J. (2007). "El compromiso social de la banca alternativa." *Ekonomiaz* 65 (Segundo cuatrimestre).

Rojo, A.A. y Sierra, M. (2000). La revolución de información sobre intangibles en las empresas españolas: un estudio exploratorio. VI jornada de trabajo sobre análisis contable. Almería.

Rowley, T.J. (1997). "Moving beyond dyadic ties: a network theory of stakeholders influences." *Academy of Management Review* (22), 887-910.

Rowley, T. y Berman, S. (2000). "A brand new brand of corporate social performance." *Business and Society* (39), 397-418.

Ruiz, F.J. (2008). "El riesgo reputacional de las entidades financieras." *Estrategia financiera* (250, mayo), 5.

Ruiz de Aguirre, L. y Retolaza, J.L. (2007). Análisis comparativo de la banca ética con la banca tradicional: identificación de indicadores. Conocimiento, innovación y emprendedores : camino al futuro Universidad de la Rioja, 15.

Ruiz, M., Rios, A. y Tirado, P. (2009). "La responsabilidad social y la crisis económica. ¿Responden las entidades financieras españolas a los grupos de interés?" *Ciriec-España* (65), 33-58.

Ruiz, M., Tirado, P. y Bustos, C. (2008). "El principio de transparencia en el ámbito de la Responsabilidad Social de la Empresa: un análisis aplicado al caso de la banca española." *Revista de Fomento Social* (63), 445-479.

Russo, M.V. y Fouts, P.A. (1997). "A resource-based perspective on corporate environmental performance and profitability." *Academy of Management Journal* 40 (3), 534-559.

Salas, V. (2005). "¿Sustituye la responsabilidad social al buen gobierno de la empresa?" *Economistas* (106, noviembre), 4-11.

SAM, Agencia de Rating Social, from <http://www.rwe.com>.

Sánchez-Gutián, B. (2011). La comunicación corporativa: confianza e innovación. *Harvard Deusto business review* 207, 42-46.

Sarro, M.M., Cuesta, P. y Penelas, A. (2007). La responsabilidad social corporativa (RSC), Una orientación emergente en la gestión de las entidades bancarias españolas.

Scholtens, B. (2006). "Finance as a driver of corporate social responsibility." *Journal of business ethics* (68), 15.

Seguí, A. (2010). La responsabilidad social de la empresa en las Entidades de Crédito españolas: un enfoque basado en los grupos de interés. Valencia, Universitat de Valencia.

Selvi, Y., Wagner, E. y Turiel, A. (2010). "Corporate Social Responsibility in the time of financial crisis: Evidence from Turkey." *Annales Universitatis Apulensis Series de Economia* 12 (1), 281-290.

Sen, S. y Bhattacharya, C.B. (2001). " Does Doing Good Always Lead to Doing Better? Consumer Reactions to Corporate Social Responsibility." *Journal of Marketing Research* 38 (2), 225-243.

Seppanen, M. (2009). "Empirical classification of resources in a business model concept." *Intangible capital* 5 (2), 102-124.

Serrano, J. (1981). El balance social como medio para la información y gestión de la empresa. Madrid, Universidad Complutense de Madrid.

Server, R.J. y Villalonga, I. (2006). *El concepto de Responsabilidad Social Corporativa. Razones para incorporarla en la estrategia empresarial. Mitos y realidades de la Responsabilidad Social Corporativa en España. Un enfoque multidisciplinar*, 19-34.



Civitas Thomson, Navarra.

Server, R.J. y Villalonga, I. (2007). "La responsabilidad social en el cooperativismo de crédito. El fondo de educación y promoción como indicador para su evaluación. Estudio empírico para el caso español." *Interciencia* 32 (6, junio), 8.

Simon, S. y Wong, K.S. (2001). "A Study of the Relationship between Corporate Governance Structures and the Extent of Voluntary Disclosure " *Journal of International Accounting & Taxation* 10 (2), 139-156.

Simpson, W.G. y Kohers, T. (2002). "The link between corporate social and financial performance: evidence from the banking industry." *Journal of business ethics* 35 (2), 97-109.

Singh, D.R. y Ahuja, J.M. (1983). "Corporate social reporting in India." *the international journal of accounting education and research* 18, 151-169.

Singhvi, S. y Desai, H. (1971). "An empirical analysis of the quality of corporate financial disclosure." *The Accounting Review* 46, 120-138.

SIRI, Agencia de rating social, from [www.sirigroup.org](http://www.sirigroup.org).

Smith, M.L. y Glass, G.V. (1977). "Meta-analysis of psychotherapy outcome studies." *American psychologist* (32), 752-760.

Spero, L. (1979). *The extent and cause of voluntary disclosure of financial information in the european capital market: an exploratory study*. Harvard University, Massachusetts.

Stake, R. (1995). *The art of case study research*. Sage Publications, Londres.

Stanny, E. y Ely, K. (2008). "Corporate Environmental Disclosure about the Effects of Climate Change." *Corporate Social Responsibility and Environmental Management* 15, 338-348.

Sulbarán, J.P. (1992). "El concepto de Responsabilidad Social de la Empresa." *Revista*

*Economía, Universidad de los Andes* (10), 228-248.

Sutantoputra, A. (2009). "Social disclosure rating system for assessing firms' CSR reports." *Corporate Communication: An International Journal* 14 (1), 34-48.

Termes, R. (1995). Ethics in financial institutions. The ethical dimension of financial institutions and markets. A. Argandoña. Berlín, Springer Verlag.

Thomsen, S. (2006). *Corporate governance and corporate social responsibility. Corporate social responsibility: reconciling aspiration with application*, 40-54. Palgrave Mcmillan, Londres.

Tilt, C.A. (1994). "The influence of external pressure groups on corporate social disclosure: Some empirical evidence." *Accounting, Auditing & Accountability Journal* 7 (4), 47-72.

Tilt, C.A. (1998). The content and disclosure of corporate environmental policies: an australian study. Conference on the first asian pacific interdisciplinary research in accounting, Osaka University.

Tinker, A.M., Lehman, C. y Neimark, M. (1991). "Corporate social reporting: falling down in the middle of the road." *Accounting, Auditing & Accountability Journal* 4 (1), 28-54.

Trotman, K.T. y Bradley, G.W. (1981). "Associations between social responsibility disclosure and characteristics of companies." *Accounting, organizations and society* 6 (4), 355-362.

Ullmann, A.A. (1985). "Data in search of a theory: a critical examination of the relationship among social performance, social disclosure." *Academy of management review* 10 (3), 18.

Unerman, J. (2000). "Methodological issues: reflections on quantifications in corporate social report content analysis." *Accounting, Auditing & Accountability Journal* 13 (5), 667-680.

Uriel, E. (1995). *Análisis de Datos. Series Temporales y Análisis Multivariante*. Alfa Centauro, Madrid.

Valor, M. (2001). "Responsabilidad social de la empresa, marketing de relaciones y política de recursos humanos: el gasto social de la empresa." *Papeles de Ética, Economía y Dirección* (6), 1-20.

Valor, M.C. (2004). Relación de la empresa con la comunidad: un modelo de planificación y ejecución. Comercialización e investigación de mercados. Madrid, Universidad Complutense de Madrid.

Valor, M.C. y Cuesta, M. (2003). "Responsabilidad social de la empresa. Concepto, medición y desarrollo en España." *Boletín económico de ICE, Información Comercial Española* (2755), 7-20.

Valor, M.C. y Cuesta, M. (2005). "Efectividad de los códigos para el control social de la empresa." *Ciriec-España* (53), 163-190.

Van Beurden, P. y Gössling, T. (2008). "The worth of values: a literature review on the relation between corporate social and financial performance." *Strategic management journal* (82), 407-424.

Van Den Berghe, L.A.A. y Levrau, A. (2004). "Evaluating Boards of Directors: What Constitutes a Good Corporate Board?" *Corporate Governance: An International Review* 12, 461-478.

Van der Laan, J., Adhikari, A. y Tondkar, R. (2005). "Exploring differences in social disclosures internationally: A stakeholder perspective." *Journal of Accounting and Public Policy* 24, 123-151.

Van Der Laan, S.L. (2004). The role of theory in explaining motivation for corporate social disclosures: voluntary disclosures vs. solicited disclosures. Fourth Asia Pacific Interdisciplinary Research in Accounting Conference. Singapore.

Vázquez, O. y Cordero, C. (2007). "Análisis empírico de la información emitida por las empresas del IBEX 35 en materia de responsabilidad social corporativa." *Ekonomiaz* (65), 150-183.

VIGEO, Agencia de rating social, from <http://www.vigeo.com/csr-rating-agency/en/3-1-investisseurs-et-gestionnaires-d-actifs>.

Villar, J.M. (2006). Empresas españolas en Latinoamérica y RSE. Documentos de trabajo. F. Carolina. 7, 85-90.

Vogel, D. (2005). *The market for virtue: the potential and limits of corporate social responsibility*, Brookings Institution Press.

Waddock, S.A. y Graves, S.B. (1997). "The corporate social performance-financial performance link." *Strategic management journal* 18, 303-319.

Walden, D. y Schwartz, B.N. (1997). "Environmental disclosures and public policy pressure." *Journal of Accounting and Public Policy* 16 (2), 125-154.

Wallace, R.S.O. y Naser, K. (1995). "Firm-specific determinants of the comprehensiveness of mandatory disclosure in the corporate annual reports of firms listed on the stock exchanges of Hong Kong" *Journal of Accounting and Public policy* 14 (2), 311-368.

Wang, J. y Dewhirst, H.D. (1992). "Boards of Directors and Stakeholder Orientation." *Journal of Business Ethics* 11, 115-123.

Watts, R. y Zimmerman, J. (1990). "Positive accounting theory: a ten year perspective." *The Accounting Review* 65 (1), 131-156.

Webb, E. (2004). "An Examination of Socially Responsible Firms' Board Structure." *Journal of Management and Governance* 8, 255-277.

Webb, L. (2009). "The supply of Corporate Social Responsibility Disclosures among U.S. firms." *Journal of Business Ethics* 84, 497-527.

Weber, R.P. (1985). "Computer aided content analysis: a short primer." *Qualitative sociology* 7, 126-147.

Weber, R.P. (1988). *Basic content analysis, Sage University paper series on Quantitative Applications in the social Sciences*. Sage Publications, Londres.

Weber, R.P. (1990). *Basic content analysis, Sage University paper series on Quantitative Applications in the social Sciences*, segunda edición, Sage Publications, Londres.

Whysall, P. (2000). "Addressing ethical issues in retailing: a stakeholders perspective, the international review of retail." *Distribution and consumer research* 10 (3), 14.

Willekens, M., Vander Bauwhede, H., Gaeremynck, A. y Van De Gucht, L. (2005). Internal and External Governance and the Voluntary Disclosure of Financial and non Financial Performance 15th National BAA Auditing SIG conference 1-31.

William, K. (1966). *Los costes sociales de la empresa privada*. Oikos-Tau, Barcelona.

Williams, J.G. (1999). "Green and social issues and the management accountant." *Management Accounting* 1 (64-65).

Williams, R.J. y Barrett, J.D. (2000). "Corporate philanthropy, criminal activity, and firm reputation: is there a link?" *Journal of Business Ethics* 26, 341-351.

Wiseman, J. (1982). "An evaluation of environmental disclosures made in corporate annual reports." *Accounting, Organizations and Society* 7 (1), 553-563.

Wolfe, R. (1991). "The use of content analysis to assess corporate social responsibility." *Research in corporate social performance and policy* (12), 281-307.

World Business Council for Sustainable Development (2000). *Corporate social responsibility: making good business sense*. Ginebra.

Wright, P. y Ferris, S.P. (1997). "Agency conflict and corporate strategy: the effect of divestment on corporate value." *Strategic management journal* 18 (4), 303-319.

## Bibliografia

Xiao, J.Z., Gao, S.S., Heravi, S. y Cheung, Y.C.Q. (2005). "The impact of social and economic development on corporate social and environmental disclosure in Hong Kong and the UK." *Advances in international accounting* 18, 229-254.

Yin, K. (2003). *Case study research: desing and methods*. Sage Publications, Londres.

Zarzeski, M.T. (1996) "Spontaneous harmonization effects of culture and market forces on accounting disclosure practices" *Accounting horizons*, 10 (1), 18-37.

Zeghal, D. y Ahmed, S.A. (1990) "Comparison of Social Responsibility Information Disclosure Media used by Canadian Firms" *Accounting, Auditing & Accountability Journal* 3 (1), 38.







*ANEXOS*



## **ANEXOS**

Como anexos a la investigación se incorporan los siguientes<sup>122</sup>:

El anexo 1 informa sobre los niveles de aplicación de las memorias de sostenibilidad de acuerdo con el modelo GRI.

En el anexo 2 se compara entre las puntuaciones de cada EE.FF.D. según el sistema de calificaciones GRI y el sistema IDR propuesto.

En el anexo 3 se detallan los contenidos de los suplementos de desempeño para el sector financiero.

El anexo 4 detalla las EE.FF.D. españolas que elaboran memoria de sostenibilidad en base al modelo GRI, años 2007, 2008, 2009 y 2010 tanto de memorias RSC publicadas como analizadas.

El anexo 5 está formado por la propuesta de indicadores inicial.

El anexo 6 informa sobre los elementos de contenido que componen cada IDR. (Propuesta de indicadores tras los cambios introducidos con la prueba piloto).

El anexo 7 ofrece una relación de EE.FF.D. que operan en España por su nivel de recursos de clientes a 31 de diciembre de 2009.

El anexo 8 detalla la composición de los índices de divulgación.

El anexo 9 realiza un análisis descriptivo de factores explicativos de la divulgación de responsabilidad.

El anexo 10 analiza los resultados por índice de contenido agregado y por características de entidades de manera estática.

---

<sup>122</sup> Los anexos se encuentran recogidos en documento adjunto en soporte digital.

## Anexos

El anexo 11 analiza de forma estática las dimensiones Interna / Externa de Responsabilidad.

El anexo 12 analiza los elementos de contenidos de forma estática (componentes de índices de contenido, agregado).

En el anexo 13 se realiza un análisis estático por elementos (componentes de índices de contenido, por tipo de entidad).

En el anexo 14 se informa de los ítems individuales de contenido de forma comparativa con la media de su categoría.

El anexo 15 se realiza una comparativa de ítems entre determinantes de contenido.

En el anexo 16 se informa de los porcentajes de divulgación de ítems: comparativa entre determinantes de contenido por coeficientes de contingencia.

El anexo 17 ofrece los resultados estadísticos de la caracterización de entidades.

En el anexo 18 se analiza la evolución temporal del índice de divulgación.

El anexo 19 muestra la evolución temporal, haciendo una comparativa a nivel de elementos de categorías de contenido y por tipo de entidad.

El anexo 20 recopila los resultados del factor de inflación de la varianza (FIV) para cada variable independiente.

Finalmente, el anexo 21 ofrece una recopilación de los datos originales obtenidos del análisis de contenido de las memorias de RSC.

***Anexo 1. Niveles de aplicación de las memorias de sostenibilidad de acuerdo con  
el modelo GRI***



Anexo 1. Niveles de aplicación de las memorias de sostenibilidad de acuerdo con el modelo GRI.

	Nivel de aplicación	C	C+	B	B+	A	A+
Información estándar	Perfil	Informar de: 1.1., 2.1. – 2.10, 3.1–3.8, 3.10-3.12 4.1-4.4, 4.14-4.15	Informe verificado externamente	Informar de los criterios listados en nivel C, más: 1.2, 3.9, 3.13, 4.5-4.13, 4.16-4.17	Informe verificado externamente	Ídem que nivel B	Informe verificado externamente
	Enfoque de gestión	No se requiere		Enfoque de gestión para cada categoría de indicadores		Enfoque de gestión para cada categoría de indicadores	
	Indicadores de desempeño e indicadores de suplementos sectoriales	Informar al menos de 10 indicadores de rendimiento, incluyendo al menos uno de cada: social, económico y ambiental		Informar como mínimo de 20 indicadores de rendimiento, al menos uno de cada: económico, ambiental, derechos humanos, laborales, sociedad y responsabilidad de producto		Informar de cada indicador central/principal de G3 y de los suplementos (si son versión final), con especial cuidado en relación al principio de materialidad tanto: a) informando sobre indicador o b) explicando la razón de omisión	

Fuente: [www.gri.org](http://www.gri.org).





***Anexo 2. Comparativa entre Puntuaciones EE.FF.D. según el sistema de calificaciones GRI y el sistema IDR propuesto***



Anexo 2. Comparativa entre Puntuaciones EE.FF.D. según el sistema de calificaciones GRI y el sistema IDR propuesto.

ENTIDAD	CALIFICACIÓN GRI (C – A+)	Media divulgativa IDR 2007 - 2010
BBVA	A+	0,960
Banco Santander	A+	0,929
La Caixa	A+	1,095
Caja Madrid	A+	0,866
Banco Popular	A+	1,224
Banesto	A+	0,725
Bancaja	A+	1,200
CAM	A+	1,071
Banco de Sabadell	A+	1,096
Ibercaja	A+	1,020
Caixa Terrassa	A	1,187
Caixa Galicia	A+	0,968
Bankinter	A+	1,041
Unicaja	A+	1,095
Cajasol	A+	1,073
BBK	A+	1,021
Cajamar	A+	1,152
Caja Laboral	A+	1,110
Caja España	A+	1,183
Kutxa	A+	1,331
CAN	A+	1,097
Caja Granada	A	0,933
Caja Burgos	A+	1,052
Caja Vital Kutxa	A+	0,952
Caja Rural Granada	N.D. <sup>123</sup>	0,764
Multicaja	A+	0,829
Media		1,0375

Fuente: a partir de GRI y elaboración propia.

<sup>123</sup> N.D.: No declarado.



***Anexo 3. Contenidos de los suplementos de desempeño para el sector financiero***



Anexo 3. Contenidos de los suplementos de desempeño para el sector financiero.

Contenido	Aspecto	Información revelada
Revelaciones informativas específicas sobre el enfoque de gestión	Cartera de producto	FS1. Políticas con componentes sociales y ambientales específicos, aplicables a las distintas áreas de negocio
		FS2. Procedimientos para evaluar y analizar los riesgos sociales y ambientales aplicables a las distintas áreas de negocio
		FS3. Procesos para controlar la implantación y el cumplimiento por parte de los clientes con los requerimientos sociales y ambientales establecidos en los convenios o en los contratos de las correspondientes transacciones
		FS4. Procesos para mejorar las competencias de los empleados para implantar las políticas y procedimientos sociales y ambientales en su aplicación a las distintas líneas de negocio
		FS5. Interacciones con los clientes/entidades en las que invierte con respecto a riesgos y oportunidades sociales y ambientales
Indicadores específicos de desempeño	Cartera de productos	FS6. Porcentaje de la cartera por líneas de negocio por regiones, por tamaños (microempresas /pymes/grandes) y por sectores
		FS7. Importe monetario de los productos y servicios concebidos para producir un determinado beneficio social por cada línea de negocio desglosado por finalidad

Anexos

		FS8. Importe monetario de los productos y servicios concebidos para producir un determinado beneficio ambiental por cada línea de negocio desglosado por finalidad
	Auditoría	FS9. Alcance y frecuencia de las auditorías para evaluar la implantación de las políticas sociales y ambientales y los procedimientos de evaluación de riesgos
	Propiedad activa	FS10. Porcentaje y número de compañías incluidas en la cartera de las entidades con las que la empresa informante ha interactuado en cuestiones sociales o ambientales
		FS11. Porcentaje de activos sujetos a evaluación o escrutinio, positivo o negativo, respecto a desempeño social o ambiental
		FS12. Política de voto aplicada con relación a cuestiones sociales o ambientales en cuanto a las acciones sobre las que la empresa informante detenta derecho de voto o asesora sobre voto
Indicadores específicos de desempeño social sobre responsabilidad de los productos	Comunidad	FS13. Puntos de acceso en espacios poco poblados o económicamente retrasados
		FS14. Iniciativas para mejorar el acceso a los servicios financieros para personas discapacitadas
Revelaciones informativas específicas sobre el enfoque	Etiquetado de productos y	FS15. Políticas para el diseño y la venta justa de productos y servicios



La Responsabilidad Social Corporativa en las Entidades Financieras de Depósito en España

de gestión	servicios financieros	financieros
Indicadores específicos de desempeño sobre responsabilidad de los productos	Etiquetado de productos y servicios financieros	FS16. Iniciativas para mejorar la educación financiera por tipo de beneficiario.

Fuente: Elaboración propia a partir de suplementos sectoriales GRI para el sector financiero.



***Anexo 4. EE.FF.D. españolas que elaboran memoria de sostenibilidad en base al modelo GRI, años 2007, 2008, 2009 y 2010 (datos disponibles noviembre de 2011). Memorias RSC publicadas y analizadas***



Anexo 4. EE.FF.D. españolas que elaboran memoria de sostenibilidad en base al modelo GRI, años 2007, 2008, 2009 y 2010 (datos disponibles noviembre de 2011). Memorias RSC publicadas y analizadas.

	NOMBRE	Memorias RSC 2007	Memorias RSC 2008	Memorias RSC 2009	Memorias RSC 2010
1	BBVA	x	x	x	x
2	Santander	x	x	x	x
3	La Caixa	x	x	x	x
4	Caja Madrid	x	x	x	x
5	Banco Popular Español	x	x	x	x
6	Banesto	x	x	x	x
7	Bancaja	x	x	x	x
8	Caja de Ahorros del Mediterráneo	x	x	x	
9	Banco de Sabadell	x	x	x	x
10	Ibercaja	x	x	x	x
11	Caixa Catalunya	x*			
12	Caixa Galicia	x*	x*	x	
13	Bankinter	x*	x*	x	x
14	Unicaja	x*	x	x	x
15	Cajasol	x	x	x	x
16	BBK	x	x	x	x
17	Cajamar				x
18	Caja Laboral Popular	x	x	x	x
19	Caja España de Inversiones	x	x	x	
20	Caixa Nova	x*	x*		
21	Caja de Castilla la Mancha	x*			
22	Kutxa de Gipuzkoa y San Sebastián	x	x	x	x
23	Caja Navarra	x	x	x	x
24	Caja General de Ahorros de Granada	x	x	x	x
25	Caixa Terrassa	x	x	x	
26	Caja Burgos	x	x	x	x
27	Caja Vital	x	x	x	x
28	Caja Rural de Granada	x*	x	x	x
29	Multicaja		x		
	<b>Total EE.FF.D. españolas analizadas</b>	20	22	24	21
	<b>Total EE.FF.D. españolas emiten</b>	27	25	24	21

\*Memorias publicadas según base de datos GRI consultada pero no accesible para su estudio.

Fuente: Memorias anuales de responsabilidad social de las entidades (2007, 2008, 2009 y 2010) y <http://globalreporting.org>.



***Anexo 5. Propuesta de indicadores inicial***





Anexo 5. Propuesta de indicadores inicial.

Stakeholder: Clientes

	Descripción
Cartera de productos	Perfil de cliente de la entidad Servicio al cliente
Diseño y oferta de servicios y productos financieros	Gestión de diferencias entre cliente y entidad Promoción uso de productos y servicios de forma justa y razonable Marketing y venta responsable a grupos de clientes sensibles
Etiquetado de productos y servicios	Información y etiquetado acerca del impacto sobre la sostenibilidad Incumplimientos regulación sobre información y etiquetado Prácticas mejora satisfacción clientes Estudios de satisfacción necesidades del cliente Alfabetización y educación financiera
Salud y seguridad de los clientes	Impacto de los productos en la salud y seguridad de los clientes Incidentes derivados del incumplimiento de la regulación legal o de los códigos voluntarios relativos a los impactos de los productos y servicios en la salud y la seguridad
Comunicaciones de marketing	Adhesión a estándares y códigos voluntarios relativos a comunicaciones de marketing Incumplimiento regulaciones relativas a las comunicaciones de marketing (publicidad, promoción, patrocinio, etc.)
Otros	Privacidad del cliente, secreto bancario Cumplimiento normativo: quejas y reclamaciones Multas por incumplimiento normativa Política hacia clientes insolventes ISO y otros reconocimientos Desarrollo e innovación de nuevos productos

Fuente: elaboración propia.

## Anexos

### Stakeholder: Sociedad (compromiso social)

Descripción	
Comunidad	<p>Actividades de apoyo a la comunidad</p> <p>Patrocinio y mecenazgo</p> <p>Actividades benéficas / filantrópicas</p> <p>Compromiso de los empleados con la comunidad</p> <p>Puntos de acceso en áreas de escasa población<sup>124</sup></p> <p>Acceso a áreas económicamente desfavorecidas</p> <p>Medidas de mejora accesibilidad a personas desfavorecidas</p>
Legislación / corrupción	<p>Evaluación corrupción en unidades de negocio</p> <p>Medidas adoptadas ante situaciones de corrupción</p> <p>Competencia desleal</p> <p>Cumplimiento normativa<sup>125</sup></p>
Política pública	<p>Actividades organizadas para influir en la formulación de políticas gubernamentales</p> <p>Valor total de las aportaciones financieras o en especie a partidos políticos o instituciones relacionadas</p>
Otra información	<p>Diseño y oferta de productos y servicios bajo criterios sociales</p> <p>Evaluación y control de riesgos sociales en las líneas de negocio</p> <p>Criterios sociales en la evaluación de clientes y socios<sup>126</sup></p> <p>Productos y servicios diseñados para proporcionar un beneficio social</p>

Fuente: elaboración propia.

### Stakeholder: Empleados

Descripción	
Comunicación y consulta	<p>Política y mecanismos de comunicación</p> <p>Mecanismos de consulta</p> <p>Programas de estímulo y recompensa</p> <p>Encuestas de clima laboral</p>

<sup>124</sup> Puntos de acceso totales según región y tipo de acceso.

<sup>125</sup> Sanciones y multas por incumplimiento de leyes y regulaciones.

<sup>126</sup> Condiciones de provisión de capital.

## La Responsabilidad Social Corporativa en las Entidades Financieras de Depósito en España

	Índice de satisfacción
Relaciones empresa / trabajador	Empleados con convenio colectivo Períodos de preaviso Sistemas de negociación colectiva Acuerdos retributivos y de condiciones de trabajo Respeto de la libertad de asociación y los derechos de negociación
Salud y seguridad	Políticas y programas de salud y seguridad. Información y formación a los empleados en riesgos laborales Premios recibidos Accidentalidad Absentismo / enfermedades profesionales Sanciones y multas Inversiones en medidas de seguridad y salud Evaluación / identificación de riesgos Representación de trabajadores en comités de seguridad y salud
Formación y desarrollo profesional	Política y programas de formación continua Horas de formación por empleado y categoría profesional Gestión carreras profesionales Empleados que reciben evaluaciones de desempeño y desarrollo profesional Medición satisfacción formación empleados Fondos invertidos en formación Distribución de ascensos Respeto al mérito
Retribución y condiciones de trabajo	Políticas de retribución y horarios de trabajo Gastos de personal Prestaciones sociales no exigidas por ley y planes de beneficios sociales <sup>127</sup> Programas de conciliación y compatibilidad horario laboral con familiar Participación en los beneficios Relación entre salario de la compañía y el salario mínimo local
Condiciones de contratación y despido	Política de contratación, reclutamiento y selección Contratación personal y altos directivos locales Planes de acogida Pérdida/creación empleo neta

<sup>127</sup> P.e. planes de jubilación.

## Anexos

	Rotaciones
Diversidad e igualdad de oportunidades	Composición órganos corporativos por sexo y edad Composición plantilla por sexo y edad Desglose empleos por tipo de empleo, contrato y región Ratio salarial por sexo Contratación de discapacitados
Otra información	Política de adaptación al cambio estructural del sector Delegación y trabajo en equipo Voluntariado corporativo Gestión transparente y veraz <sup>128</sup>

Fuente: elaboración propia.

### Stakeholder: Medio ambiente

Descripción	
Políticas, declaraciones y sistemas de gestión ambiental	Política medioambiental y sistemas de gestión medioambiental Objetivos medioambientales Formación y concienciación de los empleados
Consumo y conservación de recursos y energía	Consumo de material Consumo de agua Uso de material reciclado Programas reducción del consumo, reutilización y eficiencia energética Consumo energético Energías renovables
Emisiones, vertidos y residuos e impactos en los ecosistemas	Emisiones al aire y residuos <sup>129</sup> Impacto transporte de bienes, materiales y personal de la organización Emisiones derivadas de viajes a nombre de la compañía y mensajería Impactos hábitat Residuos gestionados <sup>130</sup>

<sup>128</sup> P.e. Medidas para el control del soborno o corrupción por parte de los empleados como medidas en el ámbito formativo o cauces comunicativos que favorezcan las denuncias de estos actos.

<sup>129</sup> Papel y material informático principalmente.

<sup>130</sup> Papel y material informático principalmente.

## La Responsabilidad Social Corporativa en las Entidades Financieras de Depósito en España

	Programas de reducción de contaminación y protección ecosistemas
Productos y servicios	Impacto medioambiental de los productos Iniciativas para mitigar impactos medioambientales de los productos y servicios <sup>131</sup> Productos y servicios diseñados para proporcionar un beneficio medioambiental Evaluación y control de riesgos medioambientales en las líneas de negocio
Inversiones y gastos medioambientales y cumplimiento normativo	Detalle de gastos e inversiones ambientales realizadas Actividades de I+D orientadas a la protección medioambiental Multas y sanciones por incumplimiento normativa
Otra información	Criterios medioambientales en la Evaluación de clientes y socios <sup>132</sup> Premios concedidos y certificados <sup>133</sup> Participación en foros Estudios evaluación impacto ambiental

Fuente: elaboración propia.

---

<sup>131</sup> P.e. productos y servicios energéticamente eficientes.

<sup>132</sup> Condiciones de provisión del capital.

<sup>133</sup> P.e. ISO, EMAS.



***Anexo 6. Elementos de contenido que componen cada IDR. (Propuesta de indicadores tras los cambios introducidos con la prueba piloto)***





Anexo 6. Elementos de contenido que componen cada IDR. (Propuesta de indicadores tras los cambios introducidos con la prueba piloto).

Dimensiones de contenido		IDR Clientes y productos (IDRc)	
		Contenido de los ítems (descripción)	
Consumo ético	IDR <sub>c1</sub>	Consideración de criterios de sostenibilidad a través del diseño de productos y servicios básicos	IDRc11
		Desarrollo e innovación de nuevos productos	IDRc12
		Adhesión a estándares y códigos voluntarios relativos a comunicaciones de marketing	IDRc13
		Incumplimiento regulaciones relativas a las comunicaciones de marketing (publicidad, promoción, patrocinio, etc.)	IDRc14
		Promoción uso de productos y servicios de forma justa y razonable a grupos de clientes	IDRc15
		Información y etiquetado acerca del impacto sobre la sostenibilidad	IDRc16
		Incumplimientos regulación sobre información y etiquetado	IDRc17
		Multas por incumplimiento normativa en el uso o suministro de productos y servicios	IDRc18
Satisfacción del cliente y calidad del servicio prestado	IDR <sub>c2</sub>	Canales de comunicación con clientes	IDRc21
		Políticas de gestión de diferencias entre cliente y entidad	IDRc22
		Prácticas mejora satisfacción clientes	IDRc23
		Estudios de satisfacción necesidades del cliente	IDRc24
		Cumplimiento normativo: quejas y reclamaciones	IDRc25
		Estudios de medición de calidad del servicio	IDRc26
Seguridad de los clientes y confidencialidad	IDR <sub>c3</sub>	Impacto de los productos en la seguridad de los clientes	IDRc31
		Incidentes derivados del incumplimiento de la regulación legal o de los códigos voluntarios relativos a los impactos de los productos y servicios en la salud y la seguridad	IDRc32
		Privacidad del cliente, secreto bancario	IDRc33
Inclusión de clientes	IDR <sub>c4</sub>	Política hacia clientes insolventes	IDRc41
		Inclusión financiera (geográfica)	IDRc42
		Inclusión financiera (colectivos)	IDRc43
		Alfabetización y educación financiera	IDRc44
		Accesibilidad a canales no presenciales	IDRc45
Otra información	IDR <sub>c5</sub>	Perfil de cliente de la entidad	IDRc51
		Implicación clientes en la acción social	IDRc52
		Premios y otros reconocimientos	IDRc53
		Adhesión a principios y acuerdos sobre RSC de las inversiones	IDRc54

Dimensiones de contenido		IDR Comunidad (IDRs)	
		Contenido de los ítems	
Políticas, declaraciones y sistemas de gestión social	IDR <sub>s1</sub>	Política social	IDRS11
		Definición objetivos sociales y cumplimiento	IDRS12
		Premios concedidos y certificados	IDRS13
		Participación en foros	IDRS14
		Política de voto accionarial sobre asuntos sociales	IDRS15
Actividades de apoyo a la comunidad local	IDR <sub>s2</sub>	Patrocinio y mecenazgo	IDRS21
		Actividades benéficas / filantrópicas con inversión en proyectos locales	IDRS22
		Política, prácticas y proporción de gasto correspondiente a proveedores locales	IDRS23
		Apoyo proyectos de pymes y emprendedores	IDRS24
		Aportación de la empresa al entorno local (empleo, salarios e ingresos fiscales)	IDRS25
		Mecanismos de comunicación/relación con la población local	IDRS26
Contribución a la economía nacional	IDR <sub>s3</sub>	Contribución a las finanzas gubernamentales	IDRS31
		Política sobre empleo de paraísos fiscales	IDRS32
		Inversión en infraestructuras	IDRS33
		Participación en el capital de compañías con proyectos de componente social	IDRS34

<sup>134</sup> P.e. Asesorar de forma adecuada al cliente en qué medida un producto se ajusta mejor a sus necesidades; fomentar la promoción y educación en la cultura del ahorro.

## Anexos

		Aportación al PIB nacional	IDRS35
Cumplimiento de la legislación, corrupción y competencia	IDR <sub>54</sub>	Mecanismos de verificación, auditoría y evaluación de la implantación y cumplimiento de las	IDRS41
		Medidas adoptadas ante situaciones de corrupción	IDRS42
		Número de infracciones legales incurridas como resultado de prácticas de corrupción	IDRS43
		Competencia desleal y libre competencia	IDRS44
		Cumplimiento normativa	IDRS45
Política pública	IDR <sub>55</sub>	Actividades organizadas para influir en la formulación de políticas gubernamentales	IDRS51
		Financiación concedida en forma de créditos a partidos políticos	IDRS52
		Aportaciones financieras o en especie a partidos políticos u otras instituciones	IDRS53
		Recepción de subvenciones y ayudas por parte de gobiernos y otros terceros	IDRS54
Actividad social a través de la actividad intermediadora	IDR <sub>56</sub>	Criterios sociales en la evaluación de clientes y socios	IDRS61
		Evaluación y control de riesgos sociales en las líneas de negocio	IDRS62
		Activos sujetos a controles sociales	IDRS63
		Productos y servicios diseñados para proporcionar un beneficio social	IDRS64
		Medidas financiación terrorismo y/o industria armamentísticas	IDRS65

IDR Empleados (IDR <sub>n</sub> )			
Dimensiones de contenido		Contenido de los ítems	
Relaciones empresa / trabajador	IDR <sub>h1</sub>	Política y mecanismos de comunicación y consulta	IDRh11
		Encuestas de clima laboral e índice de satisfacción	IDRh12
		Empleados con convenio colectivo	IDRh13
		Períodos de preaviso	IDRh14
		Sistemas de negociación colectiva y acuerdos retributivos y de condiciones de trabajo	IDRh15
		Respeto de la libertad de asociación y los derechos de negociación	IDRh16
Salud y seguridad	IDR <sub>h2</sub>	Políticas y programas de salud y seguridad	IDRh21
		Información y formación a los empleados en riesgos laborales	IDRh22
		Premios recibidos	IDRh23
		Accidentalidad	IDRh24
		Absentismo / enfermedades profesionales	IDRh25
		Sanciones y multas	IDRh26
		Inversiones en medidas de seguridad y salud	IDRh27
		Evaluación / identificación de riesgos	IDRh28
Representación de trabajadores en comités de seguridad y salud	IDRh29		
Formación y desarrollo profesional	IDR <sub>h3</sub>	Política y programas de formación continua y gestión de carreras profesionales	IDRh31
		Horas de formación por empleado y categoría profesional	IDRh32
		Empleados que reciben evaluaciones de desempeño y desarrollo profesional	IDRh33
		Medición satisfacción formación empleados	IDRh34
		Fondos invertidos en formación	IDRh35
		Distribución de ascensos	IDRh36
Retribución y condiciones de trabajo	IDR <sub>h4</sub>	Políticas de retribución y horarios de trabajo	IDRh41
		Gastos de personal	IDRh42
		Prestaciones sociales no exigidas por ley y planes de beneficios sociales, planes de jubilación	IDRh43
		Programas de conciliación y compatibilidad horario laboral con familiar	IDRh44
		Participación en los beneficios	IDRh45
		Relación entre salario de la compañía y el salario mínimo local	IDRh46
Condiciones de contratación y despido	IDR <sub>h5</sub>	Política de contratación, reclutamiento y selección	IDRh51
		Contratación personal y altos directivos locales	IDRh52
		Planes de acogida	IDRh53
		Pérdida/creación empleo neta	IDRh54
		Contratación a través de prácticas profesionales	IDRh55
		Rotaciones	IDRh56
Diversidad e igualdad de oportunidades	IDR <sub>h6</sub>	Composición órganos corporativos por sexo y edad	IDRh61
		Desglose empleos por tipo de empleo, contrato y región	IDRh62
		Composición plantilla por sexo y edad	IDRh63
		Ratio salarial por sexo	IDRh64
		Contratación de personas con discapacidad	IDRh65
Otra información	IDR <sub>h7</sub>	Política de adaptación al cambio estructural del sector	IDRh71

La Responsabilidad Social Corporativa en las Entidades Financieras de Depósito en España

	Delegación y trabajo en equipo	IDRh72
	Voluntariado corporativo	IDRh73
	Gestión transparente y veraz	IDRh74

IDR Medioambiente (IDRe)			
Dimensiones de contenido		Contenido de los ítems	
Políticas, declaraciones y sistemas de gestión ambiental	IDRe1	Política medioambiental y sistemas de gestión medioambiental	IDRe11
		Definición de objetivos medioambientales	IDRe12
		Consideración de consecuencias financieras y otros riesgos y oportunidades para las actividades	IDRe13
		Premios concedidos y certificados	IDRe14
		Participación en foros	IDRe15
		Política de voto accionarial en asuntos medioambientales	IDRe16
Consumo y conservación de recursos y energía	IDRe2	Consumo de agua y materiales	IDRe21
		Uso de material reciclado	IDRe22
		Programas reducción del consumo, reutilización y eficiencia energética	IDRe23
		Consumo energético	IDRe24
		Empleo de energías renovables	IDRe25
Emisiones, vertidos y residuos e impactos en los ecosistemas	IDRe3	Emisiones al aire y residuos	IDRe31
		Impacto transporte de bienes, materiales y personal de la organización y medidas para su control	IDRe32
		Emisiones derivadas de viajes a nombre de la compañía y mensajería y medidas para su control	IDRe33
		Residuos gestionados	IDRe34
		Programas de reducción de contaminación y protección ecosistemas	IDRe35
Inversiones y gastos medioambientales y cumplimiento normativo	IDRe4	Participación en el capital de compañías con proyectos de componente medioambiental	IDRe41
		Fondos destinados a actividades medioambientales en la sociedad	IDRe42
		Actividades de I+D orientadas a la protección medioambiental	IDRe43
		Exigencia de criterios medioambientales proveedores	IDRe44
		Multas y sanciones por incumplimiento normativa medioambiental	IDRe45
Medioambiente, productos y servicios	IDRe5	Productos y servicios diseñados para proporcionar un beneficio medioambiental	IDRe51
		Iniciativas para mitigar impactos medioambientales de los productos y servicios	IDRe52
		Criterios medioambientales en la evaluación de clientes y socios	IDRe53
		Control de riesgos medioambientales de clientes y en las líneas de negocio	IDRe54
		Financiación a compañías en proyectos con componente medioambiental	IDRe55

Fuente: elaboración propia.



*Anexo 7. Relación de EE.FF.D. que operan en España por su nivel de recursos de clientes a 31 de diciembre de 2009*



Anexo 7. Relación de EE.FF.D. que operan en España por su nivel de recursos de clientes a 31 de diciembre de 2009.

Posición	Entidad	Miles de euros	Posición	Entidad	Miles de euros
1	Banco Bilbao Vizcaya Argentaria, S.A.	180.406.548	86	Caja de Arquitectos, S.C.C.	870.389
2	Banco Santander, S.A.	157.622.104	87	Caja Provincial de Ahorros de Jaén	867.473
3	Caja de Ahorros y Pensiones de Barcelona	148.419.090	88	Banco Popular Hipotecario, S.A.	854.670
4	Caja de Ahorros y M.P. de Madrid	89.973.262	89	Bankoa, S.A.	851.760
5	Banco Popular Español, S.A.	70.665.513	90	Caja de Ahorros y M.P. de Ontinyent	845.474
6	Banco Español de Crédito, S.A. Caja Ah. Valencia, Castellón y Alicante, Bancaja	66.804.878	91	Banco Caminos, S.A.	839.064
7		50.371.129	92	Caja R. Central, S.C.C.	820.689
8	Caja de Ahorros del Mediterráneo	45.343.318	93	Banca Pueyo, S.A.	798.499
9	Banco de Sabadell, S.A. Caja de Ahorros y M.P. de Zaragoza, Aragón y Rioja	40.465.957	94	Caja R. de Teruel, S.C.C.	791.355
10		33.541.098	95	Caja R. de Cuenca, S.C.C.	764.925
11	Caixa d' Estalvis de Catalunya, Tarragona i Manresa	32.117.712	96	Caixa Popular-Caixa Rural, S.C.C.V.	731.516
12	Caixa Galicia	29.119.785	97	Caixa Rural Torrent, C.C.V.	620.842
13	Bankinter, S.A.	28.341.033	98	Caja R. de Salamanca, S.C.C.	601.255
14	Unicaja	24.103.601	99	Banco Etcheverría, S.A.	569.156
15	Cajasol Bilbao Bizkaia Kutxa, Aurrezki Kutxa eta Bahitetxea	22.345.115	100	Caja R. de Almedralejo, S.C.C. Banco de la Pequeña y Mediana Empresa, S.A.	544.039
16		20.857.082	101		524.986
17	Cajamar Caja Rural, S.C.C.	19.233.562	102	Banco Inversis, S.A. Caisse Régionale Crédit Agricole Mutuel Sud Med, S.E.	511.021
18	Caja Laboral Popular, C.C.	18.614.331	103		490.638
19	Caja España de Inversiones Caixa de Aforros de Vigo, Ourense e Pontevedra (Caixanova)	17.865.434	104	Caixa R. de Balears, S.C.C.	481.213
20		17.856.597	105	Credit Valencia, Caja Rural C.C.V.	472.870
21	ING Direct, N.V. S.E	17.245.992	106	Lloyds TSB Bank Plc, S.E	414.708
22	Banco de Castilla-La Mancha, S.A. Caja de Ahorros y M.P. de Gipuzkoa y San Sebastián	17.239.927	107	Banco Bpi, S.A., S.E.	407.504
23		16.698.874	108	Caixa R. Galega, S.C.C.L.G.	380.706
24	Caja de Ahorros de Murcia	16.408.697	109	Caja R. Castellón-S. Isidro, S.C.C.V.	368.184
25	Caixa D'Estalvis del Penedés	16.276.441	110	Banco de Finanzas e Inversiones, S.A.	336.537
26	Caja de Ahorros de Salamanca y Soria	14.609.055	111	Société Générale, S.E.	333.224
27	Banco Pastor, S.A.	14.553.098	112	Caja R. Católico Agraria, S.C.C.V.	326.490
28	Banco de Valencia, S.A.	14.062.364	113	Colonya - Caixa D'Estalvis de Pollensa	289.894
29	BBK Bank Cajasur, S.A.	13.646.543	114	Caja R. de Guissona, S.C.C.	280.159
30	Caja de Ahorros y M.P. de Navarra	13.232.925	115	Triodos Bank, N.V., S.E.	269.929
31	Caja de Ahorros de Asturias	11.278.547	116	Caixa R. La Vall "S. Isidro", S.C.C.V. Sofinloc Instituição Financeira de Crédito, S.A., S.E.	249.742
32	Caja General de Ahorros de Granada	10.681.830	117		249.610
33	Caja General de Ahorros de Canarias	10.297.343	118	Banco Halifax Hispania	246.051
34	Caja de Ahorros y M.P. de las Baleares	10.275.513	119	Caja R. de Gijón, C.C.	235.230
35	Caixa d'Estalvis de Sabadell Caixa D'Estalvis Unió De Caixes De Manlleu, Sabadell i Terrassa	10.129.302	120	Caixa R. Altea, C.C.V. Caja R.R.S. Agustín Fuente Álamo Murcia, S.C.C.	214.708
36		9.346.891	121		205.176
37	Caja de Ahorros de la Inmaculada de Aragón	9.152.226	122	Caja R. de Segovia, C.C.	185.125

## Anexos

38	Caja de Ahorros Municipal de Burgos	8.130.092	123	Caja R. S. José de Burriana, S.C.C.V,	181.953
39	Caja de Ahorros de Santander y Cantabria	7.760.393	124	Caixa R. D'Algemés, S.C.V.C.	181.382
40	Caixa D'Estalvis Laietana	7.310.997	125	Caja R. Ntra. Sra. la Esperanza de Onda, S.C.C.V.	174.689
41	Confederación Española de Cajas de Ahorros	7.272.805	126	Caja R. S. José de Almassora, S.C.C.V.	165.370
42	Caja de Ahorros de Vitoria y Álava	7.014.603	127	Caixa R. Benicarló, S.C.C.V.	152.051
43	Caja Insular de Ahorros de Canarias	6.980.441	128	Caja R. S. José de Alcora, S.C.C.V.	149.147
44	Banca March, S.A.	6.714.843	129	Caixa R. de Callosa D'En Sarrià, C.C.V.	143.494
45	Caja R. del Mediterráneo, Ruralcaja, S.C.C.	6.699.896	130	Caja de Crédito de Petrel, Caja Rural, C.C.V.	125.791
46	Caja de Ahorros y M.P. de Extremadura	6.328.665	131	Caja R. S. José de Nules, S.C.C.V.	118.251
47	Caixa d'Estalvis de Tarragona	6.257.532	132	Caixa R. de L'Alcudia, S.C.V.C.	117.093
48	Banco Guipuzcoano, S.A.	5.845.883	133	Caixa Rural Vinarós, S.C.C.V.	110.151
49	Caixa d'Estalvis de Girona	5.807.043	134	Bank of America, National Association, S.E.	109.731
50	Caja R. de Navarra, S.C.C.	5.031.736	135	Caja R. de Utrera, S.C.A.C.	98.275
51	Caixa d'Estalvis de Manresa	4.912.756	136	Caixa R. S. Vicent Ferrer de la Vall d'Uixó, C.C.V.	97.134
52	Caja de Ahorros y M.P. de Ávila	4.787.400	137	Caja R. S. Jaime de Alquerías Niño Perdido, S.C.C.V.	94.140
53	Caja de Ahorros y M.P. de Segovia	4.703.206	138	Caja R. de Cheste, S.C.C.	92.898
54	C.A.M.P. Círculo Católico Obreros Burgos	4.127.003	139	Caja R. de Alginet, S.C.C.V.	81.059
55	Caja R. del Sur, S.C.C.	3.847.668	140	The Bank of Tokyo-Mitsubishi UFJ, Ltd., S.E.	79.986
56	Open Bank, S.A.	3.763.587	141	Caja R. Comarcal de Mota del Cuervo, S.C.L.C.A.	72.006
57	Caja R. de Granada, S.C.C.	3.543.201	142	Caja R. de Albal, C.C.V.	62.902
58	M.P. y Caja General de Ahorros de Badajoz	3.429.418	143	Self Trade Bank, S.A.	61.151
59	Banco Gallego, S.A.	2.941.711	144	Caja R. de la Roda, S.C.C. de Castilla La Mancha	53.074
60	Caja de Ahorros de la Rioja	2.779.044	145	Caja R. de Betxi, S.C.C.V.	48.228
61	Ipar Kutxa Rural, S.C.C.	2.675.186	146	Caja R. de Cañete de las Torres Ntra. Sra. del Campo S.C.A.C.	45.025
62	Caja Rural Aragonesa y de los Pirineos S.C.C. (Multicaja)	2.458.335	147	Caixa R. de Turis, C.C.V.	44.131
63	Banco Espíritu Santo, S.A., S.E.	2.450.058	148	Caja R. de Villar, C.C.V.	42.573
64	Caja R. de Toledo, S.C.C.	2.375.037	149	Caja R. de Baena Ntra. Sra. de Guadalupe, S.C.C.A.	41.357
65	Caixa d'Estalvis Comarcal de Manlleu	2.369.473	150	Caixa R. Sant Josep de Vilavella, S.C.C.V	38.721
66	Banco Cooperativo Español, S.A.	2.325.210	151	Caja R. de Villamalea, S.C.C.A. de Castilla la Mancha	37.661
67	Banco Caixa Geral, S.A.	2.286.169	152	Caja R. de Casinos S.C.C.V.	36.856
68	Caja R. de Asturias, S.C.C.	2.192.227	153	Caja R. "Nuestra Madre del Sol", S.C.A.C.	35.995
69	Caja R. de Aragón, S.C.C.		154	Caja R. Ntra. Sra. del Rosario, S.C.A.C	35.973
70	Citibank España, S.A.	1.891.830	155	Caja de Crédito Cooperativo, S.C.C.	35.938
71	Caja de Ahorro Provincial de Guadalajara	1.460.925	156	Caixa R. Albalat Dels Sorells, C.C.V.	32.917
72	Caixa de C. dels Enginyers(C.C. Ingenieros S.C.C.	1.455.347	157	Caixa R. Les Coves de Vinroma, S.C.C.V.	31.588
73	Caja R. de Jaén, Barcelona y Madrid, S.C.C.	1.446.976	158	Caja R. de Casas Ibáñez, S. Coop.-C.C.A.	29.897
74	Caja R. de Albacete, S.C.C.	1.262.379	159	Caja R. S. Roque de Almenara S.C.C.V.	24.600
75	Caja R. de Zamora, C.C.	1.184.390	160	Caja R. de Fuentepelayo, S.C.C.	23.913
76	Caja R. de Ciudad Real, S.C.C.	1.169.176	161	Caja R. la Junquera de Chilches, S.C.C.V.	20.819



## La Responsabilidad Social Corporativa en las Entidades Financieras de Depósito en España

77	Caja R. de Canarias, S.C.C.	1.153.448	162	Caja R. S. Isidro de Vilafames, S.C.C.V.	17.994
78	Barclays Bank, S.A.	1.146.114	163	Banco de la Nación Argentina, S.E.	17.641
79	Caja R. de Córdoba, S.C.C.	1.079.917	164	Intesa Sanpaolo S.P.A., S.E.	9.032
80	Caja Campo, Caja Rural, S.C.C.	1.056.178	165	Banco do Brasil, S.A., S.E.	8.290
81	Caja R. de Extremadura, S.C.C.	1.056.122	166	Caja R. S. Fortunato, S.C.C.C.L.	7.613
82	Cajasiete, Caja Rural, S.C.C.	1.027.270	167	Coop.Centr. Raiffeisen-Boerenl.(Rabobank Ned.-S.E.	3.570
83	Uno-e Bank, S.A.	958.953	168	Banco Português de Investimento, S.A., S.E.	1.491
84	Caja R. de Soria, S.C.C.	903.908	169	Banque Chaabi Du Maroc, S.E.	699
85	Caja R. de Burgos, S.C.C.	886.709			

Fuente: Elaboración propia a partir de los datos suministrados por Banco de España.



***Anexo 8. Composición de los índices de divulgación***



Anexo 8. Composición de los índices de divulgación.

Cientes / productos	2007	2008	2009	2010	Media	Dif.	Posición nivel de divulgación en relación al resto de elementos	% EE.FF.D. que informan	% EE.FF.D. que divulgan información cuantitativa
Consumo ético	1,081	0,957	1,010	0,798	0,962	(26,23)%	11	100,00%	91,67%
Satisfacción del cliente y calidad del servicio prestado	1,308	1,254	1,188	1,071	1,205	(18,11)%	6	100,00%	100,00%
Seguridad de los clientes y confidencialidad	1,000	0,812	0,792	1,079	0,921	7,94%	15	95,24%	71,43%
Inclusión clientes	0,900	0,939	1,075	0,752	0,917	(16,40)%	16	80,95%	71,43%
Otra información	0,838	0,652	0,719	0,690	0,725	(17,56)%	22	95,24%	80,95%
<b>IDR Clientes /Productos (0 – 2)</b>	<b>1,052</b>	<b>0,958</b>	<b>0,994</b>	<b>0,868</b>	<b>0,968</b>	<b>(17,47)%</b>			

Fuente: elaboración propia.

Comunidad	2007	2008	2009	2010	Media	Dif.	Posición nivel de divulgación en relación al resto de elementos	% EE.FF.D. que informan	% EE.FF.D. que divulgan información cuantitativa
Políticas, declaraciones y sistemas de gestión social	0,910	1,009	0,958	0,952	0,957	4,66%	12	100,00%	90,48%
Actividades de apoyo e inversión en la comunidad local	1,567	1,522	1,507	1,357	1,488	(13,37)%	2	100,00%	95,24%
Contribución a la economía nacional	0,730	0,904	0,883	0,905	0,856	23,94%	19	100,00%	90,48%
Cumplimiento de la legislación, corrupción y competencia	1,140	1,183	1,142	0,971	1,109	(14,79)%	8	100,00%	95,24%
Política pública	1,038	1,054	1,063	1,012	1,042	(2,47)%	10	95,24%	85,71%
Actividad social a través de la actividad intermediadora	0,750	0,583	0,758	0,895	0,747	19,37%	21	95,24%	76,19%
<b>IDR Comunidad (0 -2)</b>	<b>1,040</b>	<b>1,079</b>	<b>1,067</b>	<b>1,027</b>	<b>1,057</b>	<b>(1,25)%</b>			

Fuente: elaboración propia.

Empleados	2007	2008	2009	2010	Media	Dif.	Posición nivel de divulgación en relación al resto de elementos	% EE.FF.D. que informan	% EE.FF.D. que divulgan información cuantitativa
Relaciones empresa / trabajador	1,117	1,196	1,069	0,960	1,086	(14,00)%	9	90,48%	85,71%
Salud y seguridad	0,872	0,932	0,889	0,889	0,896	1,91%	17	95,24%	90,48%
Formación y desarrollo profesional	1,242	1,391	1,271	1,325	1,307	6,74%	4	100,00%	95,24%
Retribución y condiciones de trabajo	0,775	0,942	0,847	0,746	0,828	(3,74)%	20	95,24%	71,43%
Condiciones de contratación y despido	1,050	1,007	0,889	0,865	0,953	(17,61)%	13	100,00%	100,00%
Diversidad e igualdad de oportunidades	1,420	1,487	1,517	1,400	1,456	(1,41)%	3	100,00%	100,00%
Otra información	0,313	0,370	0,438	0,631	0,438	101,90%	23	85,71%	52,38%
<b>IDR Empleados (0 – 2)</b>	<b>0,983</b>	<b>1,060</b>	<b>0,995</b>	<b>1,023</b>	<b>1,015</b>	<b>4,00%</b>			

## Anexos

Fuente: elaboración propia.

<b>Medioambiente</b>	2007	2008	2009	2010	Media	Dif.	Posición nivel de divulgación en relación al resto de elementos	% EE.FF.D. que informan	% EE.FF.D. que divulgan información cuantitativa
Políticas, declaraciones y sistemas de gestión ambiental	0,917	0,862	0,882	0,810	0,868	(11,69)%	18	100,00%	85,00%
Consumo y conservación de recursos y energía	1,620	1,635	1,667	1,581	1,626	(2,41)%	1	100,00%	100,00%
Emisiones, vertidos y residuos e impactos en los ecosistemas	1,170	1,287	1,325	1,200	1,245	2,56%	5	100,00%	100,00%
Inversiones y gastos medioambientales y cumplimiento normativo	1,130	1,157	1,167	1,133	1,147	0,29%	7	100,00%	88,89%
Medioambiente, productos y servicios	1,000	0,939	0,900	0,876	0,929	(12,38)%	14	95,00%	80,00%
<b>IDR Medioambiente (0 - 2)</b>	1,158	1,164	1,176	1,163	1,165				

Fuente: elaboración propia.

***Anexo 9. Análisis descriptivo de factores explicativos de la divulgación de responsabilidad***





La Responsabilidad Social Corporativa en las Entidades Financieras de Depósito en España

Anexo 9. Análisis descriptivo de factores explicativos de la divulgación de responsabilidad.

IDRg (comparación de variables discretas)					Internacionalización									
Naturaleza Jurídica					Departamento RSC									
		Bancos	CC.AA. y CC.CC.	Total			No	Si	Total					
IDRg promedio	Debajo media	4	9	13	IDRg promedio	Debajo media	8	5	13					
	Encima media	2	11	13		Encima media	7	6	13					
Total		6	20	26	Total		15	11	26					
Coeficiente de contingencia		0,18			Coeficiente de contingencia		0,352		0,691					
Tamaño					Ayuda estatal									
		Grandes	Medianas	Pequeñas	Total			No	Si	Total				
IDRg promedio	Debajo media	4	4	5	13	IDRg promedio	Debajo media	7	6	13				
	Encima media	3	5	5	13		Encima media	6	7	13				
Total		7	9	10	26	Total		13	13	26				
Coeficiente de contingencia		0,098			0,881	Coeficiente de contingencia		0,077		0,695				
Morosidad					Empresa auditora									
		> Media	< Media	Total			No	Si	Total					
IDRg promedio	Debajo media	5	8	13	IDRg promedio	Debajo media	10	3	13					
	Encima media	7	6	13		Encima media	4	9	13					
Total		12	14	26	Total		14	12	26					
Coeficiente de contingencia		0,152			0,431	Coeficiente de contingencia		0,42		0,018				
Dualidad dirección					Paridad consejo admón.									
		No	Si	Total			< Media	> Media	Total					
IDRg promedio	Debajo media	8	5	13	IDRg promedio	Debajo media	7	6	13					
	Encima media	5	8	13		Encima media	1	12	13					
Total		13	13	26	Total		8	18	26					
Coeficiente de contingencia		0,225			0,239	Coeficiente de contingencia		0,152		0,431				
Coeficiente de contingencia					0,447					0,011				

## Anexos

IDRg (comparación de variables continuas)							
	IDRg promedio	N	Media	Desviación típ.	Error típ. de la media	Diferencia de medias	Sig. (bilateral)
Depósitos	Debajo media	13	47693,2308	59305,46089	16448,3754	9579,769	0,625
	Encima media	13	38113,4615	36666,62917	10169,4932		
ROE	Debajo media	13	0,1084	0,07571	0,021	0,01434	0,52
	Encima media	13	0,094	0,02344	0,0065		
ROA	Debajo media	13	0,0057	0,00213	0,00059	(0,00053)	0,533
	Encima media	13	0,0063	0,00216	0,0006		
Endeudamiento	Debajo media	13	0,9318	0,0174	0,00482	(0,00056)	0,945
	Encima media	13	0,9323	0,02279	0,00632		
Morosidad	Debajo media	13	0,0368	0,01211	0,00336	(0,00358)	0,456
	Encima media	13	0,0404	0,01196	0,00332		
Ratio eficiencia	Debajo media	13	0,4827	0,13457	0,03732	0,07701	0,131
	Encima media	13	0,4057	0,11562	0,03207		
Ratio estructura	Debajo media	13	0,0555	0,04454	0,01235	(0,00057)	0,97
	Encima media	13	0,0561	0,03003	0,00833		
Tamaño consejo	Debajo media	13	16,3077	4,42313	1,22676	(1,61538)	0,276
	Encima media	13	17,9231	2,78273	0,77179		
Consejeros independientes	Debajo media	13	0,5326	0,14199	0,03938	(0,00176)	0,981
	Encima media	13	0,5344	0,21796	0,06045		
Paridad consejo	Debajo media	13	0,1005	0,07993	0,02217	(0,13184)	0,002
	Encima media	13	0,2324	0,11583	0,03213		
Oficinas extranjero	Debajo media	13	1003,9231	2587,68679	717,69518	997,76923	0,177
	Encima media	13	6,1538	8,3949	2,32833		
Antigüedad empresa	Debajo media	13	117,3846	71,78967	19,91087	5,38462	0,818
	Encima media	13	112	42,46175	11,77677		
Años publicando informe	Debajo media	13	5,4615	2,40192	0,66617	(1,30769)	0,094
	Encima media	13	6,7692	1,23517	0,34257		

\*p<0,01; \*\*p<0,05; \*\*\*p<0,10.

Fuente: elaboración propia.

La Responsabilidad Social Corporativa en las Entidades Financieras de Depósito en España

IDRc (comparación de variables discretas)										
Naturaleza Jurídica					Internacionalización					
		Bancos	CC.AA. y CC.CC.	Total				No	Si	Total
IDRc promedio	Debajo media	4	9	13		IDRc promedio	Debajo media	7	6	13
	Encima media	2	11	13			Encima media	8	5	13
Total		6	20	26		Total		15	11	26
Coeficiente de contingencia		0,18		0,352		Coeficiente de contingencia		0,078		0,691
Tamaño					Departamento RSC					
		Grandes	Medianas	Pequeñas	Total			No	Si	Total
IDRc promedio	Debajo media	4	5	4	13	IDRc promedio	Debajo media	7	6	13
	Encima media	3	4	6	13		Encima media	6	7	13
Total		7	9	10	26	Total		13	13	26
Coeficiente de contingencia				0,157	0,721	Coeficiente de contingencia		0,077		0,695
Morosidad					Ayuda estatal					
		> Media	< Media	Total				No	Si	Total
IDRc promedio	Debajo media	4	9	13		IDRc promedio	Debajo media	9	4	13
	Encima media	8	5	13			Encima media	5	8	13
Total		12	14	26		Total		14	12	26
Coeficiente de contingencia		0,295		0,116		Coeficiente de contingencia		0,295		0,116
Dualidad dirección					Empresa auditora					
		No	Si	Total				Pequeña	Grande	Total
IDRc promedio	Debajo media	7	6	13		IDRc promedio	Debajo media	6	7	13
	Encima media	6	7	13			Encima media	6	7	13
Total		13	13	26		Total		12	14	26
Coeficiente de contingencia		0,077		0,695		Coeficiente de contingencia		0		1
Paridad consejo admón.										
		< Media	> Media	Total						
IDRc promedio	Debajo media	6	7	13						
	Encima media	2	11	13						
Total		8	18	26						
Coeficiente de contingencia		0,316		0,089						

\*p<0,01; \*\*p<0,05; \*\*\*p<0,10. Fuente: elaboración propia.

## Anexos

IDRc (comparación de variables continuas)							
	IDRc promedio	N	Media	Desviación típ.	Error típ. de la media	Diferencia de medias	Sig. (bilateral)
Depósitos	Debajo media	13	50587,000	58124,964	16120,964	15367,3	0,431
	Encima media	13	35219,692	37481,475	10395,491		
ROE	Debajo media	13	0,115	0,069	0,019	0,028	0,202
	Encima media	13	0,087	0,035	0,010		
ROA	Debajo media	13	0,006	0,002	0,001	0,000	0,634
	Encima media	13	0,006	0,002	0,001		
Endeudamiento	Debajo media	13	0,931	0,020	0,006	(0,002)	0,82
	Encima media	13	0,933	0,020	0,006		
Morosidad	Debajo media	13	0,034	0,010	0,003	(0,010)	0,039
	Encima media	13	0,043	0,012	0,003		
Ratio eficiencia	Debajo media	13	0,454	0,134	0,037	0,019	0,714
	Encima media	13	0,435	0,129	0,036		
Ratio estructura	Debajo media	13	0,057	0,047	0,013	0,002	0,881
	Encima media	13	0,055	0,026	0,007		
Tamaño consejo	Debajo media	13	17,000	4,320	1,198	(0,231)	0,878
	Encima media	13	17,231	3,166	0,878		
Consejeros independientes	Debajo media	13	0,535	0,142	0,039	0,003	0,971
	Encima media	13	0,532	0,218	0,061		
Paridad consejo	Debajo media	13	0,122	0,090	0,025	(0,089)	0,053
	Encima media	13	0,211	0,130	0,036		
Oficinas extranjero	Debajo media	13	1004,615	2587,397	717,615	999,154	0,177
	Encima media	13	5,462	8,511	2,361		
Antigüedad empresa	Debajo media	13	119,692	69,927	19,394	10,000	0,669
	Encima media	13	109,692	45,040	12,492		
Años publicando informe	Debajo media	13	6,154	2,193	0,608	0,077	0,924
	Encima media	13	6,077	1,847	0,512		

\*p<0,01; \*\*p<0,05; \*\*\*p<0,10. Fuente: elaboración propia.

La Responsabilidad Social Corporativa en las Entidades Financieras de Depósito en España

IDRs (comparación de variables discretas)										
Naturaleza Jurídica					Internacionalización					
		Bancos	CC.AA. y CC.CC.	Total			No	Si	Total	
IDRs promedio	Debajo media	5	8	13	IDRs promedio	Debajo media	6	7	13	
	Encima media	1	12	13		Encima media	9	4	13	
Total		6	20	26	Total		15	11	26	
Coeficiente de contingencia			0,343	0,063	Coeficiente de contingencia			0,227	0,234	
Tamaño					Departamento RSC					
		Grandes	Medianas	Pequeñas	Total			No	Si	Total
IDRs promedio	Debajo media	5	4	4	13	IDRs promedio	Debajo media	8	5	13
	Encima media	2	5	6	13		Encima media	5	8	13
Total		7	9	10	26	Total		13	13	26
Coeficiente de contingencia			0,254	0,407	Coeficiente de contingencia			0,225	0,239	
Morosidad					Ayuda estatal					
		> Media	< Media	Total			No	Si	Total	
IDRs promedio	Debajo media	5	8	13	IDRs promedio	Debajo media	10	3	13	
	Encima media	7	6	13		Encima media	4	9	13	
Total		12	14	26	Total		14	12	26	
Coeficiente de contingencia			0,152	0,431	Coeficiente de contingencia			0,42	0,018	
Dualidad dirección					Empresa auditora					
		No	Si	Total			Pequeña	Grande	Total	
IDRs promedio	Debajo media	8	5	13	IDRs promedio	Debajo media	4	9	13	
	Encima media	5	8	13		Encima media	8	5	13	
Total		13	13	26	Total		12	14	26	
Coeficiente de contingencia			0,225	0,239	Coeficiente de contingencia			0,295	0,116	
Paridad consejo admón.										
		< Media	> Media	Total						
IDRs promedio	Debajo media	7	6	13						
	Encima media	1	12	13						
Total		8	18	26						
Coeficiente de contingencia			0,447	0,011						

\*p<0,01; \*\*p<0,05; \*\*\*p<0,10. Fuente: elaboración propia.

## Anexos

IDRs (comparación de variables continuas)							
	IDRs promedio	N	Media	Desviación típ.	Error típ. de la media	Diferencia de medias	Sig. (bilateral)
Depósitos	Debajo media	13	60683,2308	63167,09967	17519,401	35559,769	0,06
	Encima media	13	25123,4615	15371,10115	4263,17641		
ROE	Debajo media	13	0,1123	0,07532	0,02089	0,02218	0,317
	Encima media	13	0,0901	0,02128	0,0059		
ROA	Debajo media	13	0,0057	0,00246	0,00068	(0,00056)	0,512
	Encima media	13	0,0063	0,00177	0,00049		
Endeudamiento	Debajo media	13	0,9319	0,01863	0,00517	(0,00023)	0,977
	Encima media	13	0,9322	0,0218	0,00605		
Morosidad	Debajo media	13	0,0379	0,01208	0,00335	(0,00136)	0,778
	Encima media	13	0,0393	0,01224	0,00339		
Ratio eficiencia	Debajo media	13	0,4726	0,13875	0,03848	0,0568	0,27
	Encima media	13	0,4158	0,117	0,03245		
Ratio estructura	Debajo media	13	0,0555	0,04466	0,01239	(0,00054)	0,971
	Encima media	13	0,0561	0,02984	0,00828		
Tamaño consejo	Debajo media	13	15,6923	3,521	0,97655	(2,84615)	0,048
	Encima media	13	18,5385	3,45484	0,9582		
Consejeros independientes	Debajo media	13	0,5048	0,18812	0,05218	(0,05734)	0,428
	Encima media	13	0,5622	0,17464	0,04844		
Paridad consejo	Debajo media	13	0,1279	0,1413	0,03919	(0,07708)	0,098
	Encima media	13	0,205	0,0777	0,02155		
Oficinas extranjero	Debajo media	13	1007,3077	2586,27633	717,30399	1004,53846	0,174
	Encima media	13	2,7692	5,1341	1,42394		
Antigüedad empresa	Debajo media	13	119	73,47902	20,37941	8,61538	0,712
	Encima media	13	110,3846	39,15469	10,85956		
Años publicando informe	Debajo media	13	5,7692	2,5217	0,69939	(0,69231)	0,385
	Encima media	13	6,4615	1,26592	0,3511		

\*p<0,01; \*\*p<0,05; \*\*\*p<0,10.

Fuente: elaboración propia.

La Responsabilidad Social Corporativa en las Entidades Financieras de Depósito en España

IDRh (comparación de variables discretas)										
Naturaleza Jurídica					Internacionalización					
		Bancos	CC.AA. y CC.CC.	Total			No	Si	Total	
IDRh promedio	Debajo media	3	10	13	IDRh promedio	Debajo media	7	6	13	
	Encima media	3	10	13		Encima media	8	5	13	
Total		6	20	26	Total		15	11	26	
Coeficiente de contingencia		0		1	Coeficiente de contingencia		0,078		0,691	
Tamaño					Departamento RSC					
		Grandes	Medianas	Pequeñas	Total			No	Si	Total
IDRh promedio	Debajo media	5	4	4	13	IDRh promedio	Debajo media	8	5	13
	Encima media	2	5	6	13		Encima	5	8	13
Total		7	9	10	26	Total		13	13	26
Coeficiente de contingencia				0,254	0,407	Coeficiente de contingencia		0,225		0,239
Morosidad					Ayuda estatal					
		> Media	< Media	Total			No	Si	Total	
IDRh promedio	Debajo media	6	7	13	IDRh promedio	Debajo media	7	6	13	
	Encima media	6	7	13		Encima	7	6	13	
Total		12	14	26	Total		14	12	26	
Coeficiente de contingencia		0		1	Coeficiente de contingencia		0		1	
Dualidad dirección					Empresa auditora					
		No	Si	Total			Pequeña	Grande	Total	
IDRh promedio	Debajo media	6	7	13	IDRh promedio	Debajo media	5	8	13	
	Encima media	7	6	13		Encima	7	6	13	
Total		13	13	26	Total		12	14	26	
Coeficiente de contingencia		0,077		0,695	Coeficiente de contingencia		0,152		0,431	
Paridad consejo admón.										
		< Media	> Media	Total						
IDRh promedio	Debajo media	4	9	13						
	Encima media	4	9	13						
Total		8	18	26						
Coeficiente de contingencia		0		1						

\*p<0,01; \*\*p<0,05; \*\*\*p<0,10. Fuente: elaboración propia.

## Anexos

IDRh	IDRh promedio	N	Media	Desviación tıp.	Error tıp. de la media	Diferencia de medias	Sig. (bilateral)
Depósitos	Debajo media	13	60218,3846	63175,03777	17521,60292	34630,077	0,068
	Encima media	13	25588,3077	16450,35777	4562,50834		
ROE	Debajo media	13	0,0906	0,03675	0,01019	-0,02115	0,341
	Encima media	13	0,1118	0,06928	0,01921		
ROA	Debajo media	13	0,0063	0,00258	0,00071	0,00063	0,456
	Encima media	13	0,0057	0,00158	0,00044		
Endeudamiento	Debajo media	13	0,9296	0,01785	0,00495	(0,00489)	0,541
	Encima media	13	0,9345	0,02215	0,00614		
Morosidad	Debajo media	13	0,0396	0,01168	0,00324	0,00195	0,686
	Encima media	13	0,0376	0,01258	0,00349		
Ratio eficiencia	Debajo media	13	0,4528	0,12815	0,03554	0,01712	0,743
	Encima media	13	0,4357	0,13457	0,03732		
Ratio estructura	Debajo media	13	0,0654	0,04692	0,01301	0,01925	0,193
	Encima media	13	0,0462	0,02198	0,0061		
Tamaño consejo	Debajo media	13	17	3,34166	0,92681	(0,23077)	0,878
	Encima media	13	17,2308	4,18636	1,16109		
Consejeros independientes	Debajo media	13	0,5339	0,14644	0,04062	0,00071	0,992
	Encima media	13	0,5332	0,215	0,05963		
Paridad consejo	Debajo media	13	0,1838	0,13163	0,03651	0,03473	0,466
	Encima media	13	0,1491	0,10602	0,02941		
Oficinas extranjero	Debajo media	13	1005,2308	2587,13987	717,5435	1000,38462	0,176
	Encima media	13	4,8462	8,36507	2,32005		
Antigüedad empresa	Debajo media	13	134,6923	67,10363	18,6112	40	0,077
	Encima media	13	94,6923	40,0362	11,10404		
Años publicando informe	Debajo media	13	6,3077	1,6525	0,45832	0,38462	0,631
	Encima media	13	5,9231	2,326	0,64512		

\*p<0,01; \*\*p<0,05; \*\*\*p<0,10.

Fuente: elaboración propia.



La Responsabilidad Social Corporativa en las Entidades Financieras de Depósito en España

IDRe (comparación de variables discretas)										
Naturaleza Jurídica					Internacionalización					
		Bancos	CC.AA. y CC.CC.	Total			No	Si	Total	
IDRe promedio	Debajo media	2	11	13	IDRe promedio	Debajo media	9	4	13	
	Encima media	4	9	13		Encima media	6	7	13	
Total		6	20	26	Total		15	11	26	
Coeficiente de contingencia		0,18		0,352	Coeficiente de contingencia		0,227		0,234	
Tamaño					Departamento RSC					
		Grandes	Medianas	Pequeñas	Total			No	Si	Total
IDRe promedio	Debajo media	3	3	7	13	IDRe promedio	Debajo media	9	4	13
	Encima media	4	6	3	13		Encima media	4	9	13
Total		7	9	10	26	Total		13	13	26
Coeficiente de contingencia				0,309	0,254	Coeficiente de contingencia		0,359		0,05
Morosidad					Ayuda estatal					
		> Media	< Media	Total			No	Si	Total	
IDRe promedio	Debajo media	7	6	13	IDRe promedio	Debajo media	7	6	13	
	Encima media	5	8	13		Encima media	7	6	13	
Total		12	14	26	Total		14	12	26	
Coeficiente de contingencia		0,152		0,431	Coeficiente de contingencia		0		1	
Dualidad dirección					Empresa auditora					
		No	Si	Total			Pequeña	Grande	Total	
IDRe promedio	Debajo media	7	6	13	IDRe promedio	Debajo media	8	5	13	
	Encima media	6	7	13		Encima media	4	9	13	
Total		13	13	26	Total		12	14	26	
Coeficiente de contingencia		0,077		0,695	Coeficiente de contingencia		0,295		0,116	
Paridad consejo admón.										
		< Media	> Media	Total						
IDRe promedio	Debajo media	5	8	13						
	Encima media	3	10	13						
Total		8	18	26						
Coeficiente de contingencia		0,164		0,395						

\*p<0,01; \*\*p<0,05; \*\*\*p<0,10. Fuente: elaboración propia.

Anexos

IDRe	IDRe promedio	N	Media	Desviación típ.	Error típ. de la media	Diferencia de medias	Sig. (bilateral)
Depósitos	Debajo media	13	33001,7692	44816,95909	12429,988	(19803,154)	0,308
	Encima media	13	52804,9231	51868,16684	14385,64116		
ROE	Debajo media	13	0,0991	0,07291	0,02022	(0,00422)	0,851
	Encima media	13	0,1033	0,03267	0,00906		
ROA	Debajo media	13	0,0051	0,00214	0,00059	(0,00168)	0,041
	Encima media	13	0,0068	0,0018	0,0005		
Endeudamiento	Debajo media	13	0,9296	0,0169	0,00469	(0,00497)	0,534
	Encima media	13	0,9345	0,02288	0,00635		
Morosidad	Debajo media	13	0,042	0,01252	0,00347	0,00675	0,153
	Encima media	13	0,0352	0,01074	0,00298		
Ratio eficiencia	Debajo media	13	0,4689	0,1421	0,03941	0,04935	0,34
	Encima media	13	0,4195	0,1148	0,03184		
Ratio estructura	Debajo media	13	0,055	0,0434	0,01204	(0,00158)	0,917
	Encima media	13	0,0566	0,03163	0,00877		
Tamaño consejo	Debajo media	13	17,3846	4,09346	1,13532	0,53846	0,72
	Encima media	13	16,8462	3,43623	0,95304		
Consejeros independientes	Debajo media	13	0,4922	0,09444	0,02619	(0,08266)	0,25
	Encima media	13	0,5748	0,23462	0,06507		
Paridad consejo	Debajo media	13	0,1422	0,10227	0,02836	(0,04851)	0,306
	Encima media	13	0,1907	0,13224	0,03668		
Oficinas extranjero	Debajo media	13	663,3846	2382,86097	660,88673	316,69231	0,674
	Encima media	13	346,6923	1226,00723	340,03323		
Antigüedad empresa	Debajo media	13	122,6923	69,73328	19,34053	16	0,492
	Encima media	13	106,6923	44,39667	12,31342		
Años publicando informe	Debajo media	13	5,0769	1,93484	0,53663	(2,07692)	0,005
	Encima media	13	7,1538	1,46322	0,40583		

***Anexo 10. Análisis estático de los resultados por índice de contenido agregado y por características de entidades***



Anexo 10. Análisis estático de los resultados por índice de contenido agregado y por características de entidades.

	Media	N	Desviación típ.	Error típ. de la media	Media	Desviación típ.	Error típ. de la media	t	Sig.
Cientes	0,956	26	0,174	0,034	(0,087)	0,176	0,035	(2,509)	0,019
Comunidad	1,043	26	0,214	0,042					
Cientes	0,956	26	0,174	0,034	(0,071)	0,187	0,037	(1,942)	0,063
Empleados	1,028	26	0,191	0,037					
Cientes	0,956	26	0,174	0,034	(0,176)	0,221	0,043	(4,067)	0
Medioambiente	1,133	26	0,209	0,041					
Cientes	0,956	26	0,174	0,034	(0,081)	0,111	0,022	(3,74)	0,001
General	1,038	26	0,143	0,028					
Comunidad	1,043	26	0,214	0,042	(0,090)	0,213	0,042	(2,141)	0,042
Empleados	1,028	26	0,191	0,037					
Comunidad	1,133	26	0,209	0,041					
Comunidad	1,043	26	0,214	0,042	0,005	0,115	0,023	0,242	0,811
General	1,038	26	0,143	0,028					
Empleados	1,028	26	0,191	0,037	(0,105)	0,264	0,052	(2,028)	0,053
Medioambiente	1,133	26	0,209	0,041					
Empleados	1,028	26	0,191	0,037	(0,010)	0,158	0,031	(0,321)	0,751
General	1,038	26	0,143	0,028					
Medioambiente	1,133	26	0,209	0,041					
General	1,038	26	0,143	0,028	0,095	0,146	0,029	3,315	0,003
<b>COMPARATIVA GRUPOS DE INTERÉS DIRECTOS E INDIRECTOS</b>									
Agentes Directos	0,992	26	0,157	0,031	(0,097)	0,166	0,033	(2,976)	0,006
Agentes Indirectos	1,089	26	0,183	0,036					

\*p<0,01; \*\*p<0,05; \*\*\*p<0,10.

Fuente: elaboración propia.

Naturaleza jurídica (entre sí y con el nivel medio de divulgación).

	Naturaleza jurídica	Media	N	Desviación típ.	Error típ. de la media	Diferencia de medias	Error típ. de la diferencia	t	Sig.
Clientes	Bancos	0,84	6	0,240	0,098	(0,147)	0,077	(1,912)	0,068
	CC.AA. y CC.CC.	0,990	20	0,139	0,031				
Comunidad	Bancos	0,906	6	0,177	0,072	(0,178)	0,095	(1,879)	0,072
	CC.AA. y CC.CC.	1,084	20	0,210	0,047				
Empleados	Bancos	0,976	6	0,204	0,083	(0,067)	0,090	(0,745)	0,464
	CC.AA. y CC.CC.	1,043	20	0,190	0,042				
Medioambiente	Bancos	1,210	6	0,118	0,048	0,101	0,097	1,037	0,31
	CC.AA. y CC.CC.	1,109	20	0,226	0,051				
General	Bancos	0,984	6	0,168	0,069	(0,070)	0,066	(1,052)	0,303
	CC.AA. y CC.CC.	1,054	20	0,135	0,030				

\*p<0,01; \*\*p<0,05; \*\*\*p<0,10.

Fuente: elaboración propia.

Anexos

<b>BANCOS</b>									
	Media	N	Desviación típ.	Error típ. de la media	Diferencia de medias	Desviación típ.	Error típ. de la media	t	Sig.
Clientes	0,843	6	0,240	0,098	(0,063)	0,116	0,047	(1,332)	0,240
Comunidad	0,906	6	0,177	0,072					
Clientes	0,843	6	0,240	0,098	(0,133)	0,128	0,052	(2,542)	0,052
Empleados	0,976	6	0,204	0,083					
Clientes	0,843	6	0,240	0,098	(0,367)	0,210	0,086	(4,274)	0,008
Medioambiente	1,210	6	0,118	0,048					
Clientes	0,843	6	0,240	0,098	(0,141)	0,104	0,042	(3,322)	0,021
General	0,984	6	0,168	0,069					
Comunidad	0,906	6	0,177	0,072	(0,070)	0,103	0,042	(1,668)	0,156
Empleados	0,976	6	0,204	0,083					
Comunidad	0,906	6	0,177	0,072	(0,304)	0,141	0,058	(5,264)	0,003
Medioambiente	1,210	6	0,118	0,048					
Comunidad	0,906	6	0,177	0,072	(0,078)	0,057	0,023	(3,362)	0,020
General	0,984	6	0,168	0,069					
Empleados	0,976	6	0,204	0,083	(0,234)	0,140	0,057	(4,087)	0,009
Medioambiente	1,210	6	0,118	0,048					
Empleados	0,976	6	0,204	0,083	(0,008)	0,063	0,026	(0,293)	0,782
General	0,984	6	0,168	0,069					
Medioambiente	1,210	6	0,118	0,048	0,226	0,115	0,047	4,829	0,005
General	0,984	6	0,168	0,069					
<b>CC.AA. Y CC.CC.</b>									
Clientes	0,990	20	0,139	0,031	(0,094)	0,193	0,043	(2,18)	0,042
Comunidad	1,084	20	0,210	0,047					
Clientes	0,990	20	0,139	0,031	(0,053)	0,201	0,045	(1,177)	0,254
Empleados	1,043	20	0,190	0,042					
Clientes	0,990	20	0,139	0,031	(0,119)	0,194	0,043	(2,742)	0,013
Medioambiente	1,109	20	0,226	0,051					
Clientes	0,990	20	0,139	0,031	(0,064)	0,109	0,024	(2,604)	0,017
General	1,054	20	0,135	0,030					
Comunidad	1,084	20	0,210	0,047	0,041	0,220	0,049	0,835	0,414
Empleados	1,043	20	0,190	0,042					
Comunidad	1,084	20	0,210	0,047	(0,025)	0,189	0,042	(0,597)	0,557
Medioambiente	1,109	20	0,226	0,051					
Comunidad	1,084	20	0,210	0,047	0,030	0,117	0,026	1,161	0,26
General	1,054	20	0,135	0,030					
Empleados	1,043	20	0,190	0,042	(0,066)	0,282	0,063	(1,051)	0,306
Medioambiente	1,109	20	0,226	0,051					
Empleados	1,043	20	0,190	0,042	(0,011)	0,178	0,040	(0,268)	0,792
General	1,054	20	0,135	0,030					
Medioambiente	1,109	20	0,226	0,051	0,056	0,133	0,030	1,878	0,076
General	1,054	20	0,135	0,030					

\*p<0,01; \*\*p<0,05; \*\*\*p<0,10.

Fuente: elaboración propia.

Comprobación significación diferencia entre agentes directos e indirectos (CC.AA.)

	Media	N	Desviación típ.	Error típ. de la media	Media	Desviación típ.	Error típ. de la media	t	Sig.
Agentes directos	1,027	16	0,134	0,033	(0,117)	0,165	0,041	(2,819)	0,013
Agentes indirectos	1,144	16	0,160	0,040					

\*p<0,01; \*\*p<0,05; \*\*\*p<0,10.

Fuente: elaboración propia.

Tamaño (entre sí y con el nivel medio de divulgación).

Anova de 1 factor						Pruebas post hoc / HSD de Tukey / Comparaciones múltiples				
		Suma de cuadrados	Media cuadrática	F	Sig.	(I) Tamaño	(J) Tamaño	Diferencia de medias (I-J)	Error típico	Sig.
Clientes	Inter(grupos)	0,044	0,022	0,706	0,504	Grande	Mediano	0,028	0,089	0,945
	Intra(grupos)	0,712	0,031				Pequeño	(0,065)	0,087	0,735
	Total	0,755				Mediano	Pequeño	(0,094)	0,081	0,49
Comunidad	Inter(grupos)	0,097	0,048	1,063	0,362	Grande	Mediano	(0,128)	0,108	0,472
	Intra(grupos)	1,047	0,046				Pequeño	(0,145)	0,105	0,37
	Total	1,143				Mediano	Pequeño	(0,017)	0,098	0,984
Empleados	Inter(grupos)	0,054	0,027	0,728	0,493	Grande	Mediano	(0,104)	0,097	0,543
	Intra(grupos)	0,857	0,037				Pequeño	(0,102)	0,095	0,539
	Total	0,911				Mediano	Pequeño	0,002	0,089	1
Medioambiente	Inter(grupos)	0,067	0,033	0,751	0,483	Grande	Mediano	(0,016)	0,106	0,988
	Intra(grupos)	1,021	0,044				Pequeño	0,095	0,104	0,639
	Total	1,088				Mediano	Pequeño	0,110	0,097	0,501
General	Inter(grupos)	0,016	0,008	0,373	0,692	Grande	Mediano	(0,064)	0,074	0,67
	Intra(grupos)	0,496	0,022				Pequeño	(0,040)	0,072	0,843
	Total	0,512				Mediano	Pequeño	0,023	0,067	0,937

\*p<0,01; \*\*p<0,05; \*\*\*p<0,10.

Fuente: elaboración propia.

ENTIDADES GRANDES									
	Media	N	Desviación típ.	Error típ. de la media	Media	Desviación típ.	Error típ. de la media	t	Sig.
Cientes	0,941	7	0,265	0,100	(0,002)	0,173	0,065	(0,035)	0,973
Comunidad	0,943	7	0,223	0,084					
Cientes	0,941	7	0,265	0,100	(0,011)	0,137	0,052	(0,22)	0,833
Empleados	0,952	7	0,183	0,069					
Cientes	0,941	7	0,265	0,100	(0,223)	0,212	0,080	(2,772)	0,032
Medioambiente	1,163	7	0,137	0,052					
Cientes	0,941	7	0,265	0,100	(0,059)	0,118	0,044	(1,327)	0,233
General	1,000	7	0,182	0,069					
Comunidad	0,943	7	0,223	0,084	(0,009)	0,111	0,042	(0,217)	0,835
Empleados	0,952	7	0,183	0,069					
Comunidad	0,943	7	0,223	0,084	(0,220)	0,169	0,064	(3,458)	0,013
Medioambiente	1,163	7	0,137	0,052					
Comunidad	0,943	7	0,223	0,084	(0,057)	0,089	0,034	(1,682)	0,144
General	1,000	7	0,182	0,069					
Empleados	0,952	7	0,183	0,069	(0,211)	0,143	0,054	(3,907)	0,008
Medioambiente	1,163	7	0,137	0,052					
Empleados	0,952	7	0,183	0,069	(0,048)	0,057	0,022	(2,213)	0,069
General	1,000	7	0,182	0,069					
Medioambiente	1,163	7	0,137	0,052	0,164	0,117	0,044	3,69	0,01
General	1,000	7	0,182	0,069					
COMPARATIVA GRUPOS DE INTERÉS DIRECTOS E INDIRECTOS									
Agentes directos	0,947	7	0,217	0,082	(0,108)	0,124	0,047	(2,302)	0,061
Agentes indirectos	1,054	7	0,166	0,063					

\*p<0,01; \*\*p<0,05; \*\*\*p<0,10.

Fuente: elaboración propia.

## Anexos

ENTIDADES MEDIANAS									
	Media	N	Desviación típ.	Error típ. de la media	Media	Desviación típ.	Error típ. de la media	t	Sig.
Cientes	0,913	9	0,104	0,035	(0,158)	0,133	0,044	(3,557)	0,007
Comunidad	1,071	9	0,156	0,052					
Cientes	0,913	9	0,104	0,035	(0,144)	0,134	0,045	(3,219)	0,012
Empleados	1,056	9	0,135	0,045					
Cientes	0,913	9	0,104	0,035	(0,267)	0,252	0,084	(3,169)	0,013
Medioambiente	1,179	9	0,194	0,065					
Cientes	0,913	9	0,104	0,035	(0,151)	0,082	0,027	(5,504)	0,001
General	1,064	9	0,062	0,021					
Comunidad	1,071	9	0,156	0,052	0,015	0,224	0,075	0,197	0,849
Empleados	1,056	9	0,135	0,045					
Comunidad	1,071	9	0,156	0,052	(0,108)	0,244	0,081	(1,330)	0,220
Medioambiente	1,179	9	0,194	0,065					
Comunidad	1,071	9	0,156	0,052	0,007	0,125	0,042	0,174	0,866
General	1,064	9	0,062	0,021					
Empleados	1,056	9	0,135	0,045	(0,123)	0,290	0,097	(1,273)	0,239
Medioambiente	1,179	9	0,194	0,065					
Empleados	1,056	9	0,135	0,045	(0,007)	0,145	0,048	(0,154)	0,882
General	1,064	9	0,062	0,021					
Medioambiente	1,179	9	0,194	0,065	0,116	0,181	0,060	1,916	0,092
General	1,064	9	0,062	0,021					
COMPARATIVA GRUPOS DE INTERÉS DIRECTOS E INDIRECTOS									
Agentes directos	0,984	9	0,100	0,033	(0,142)	0,186	0,062	(2,286)	0,052
Agentes indirectos	1,126	9	0,127	0,042					

\*p<0,01; \*\*p<0,05; \*\*\*p<0,10.

Fuente: elaboración propia.

ENTIDADES PEQUEÑAS									
	Media	N	Desviación típ.	Error típ. de la media	Media	Desviación típ.	Error típ. de la media	t	Sig.
Cientes	1,006	10	0,151	0,048	(0,082)	0,200	0,063	(1,291)	0,229
Comunidad	1,088	10	0,248	0,078					
Cientes	1,006	10	0,151	0,048	(0,048)	0,246	0,078	(0,622)	0,549
Empleados	1,055	10	0,238	0,075					
Cientes	1,006	10	0,151	0,048	(0,063)	0,158	0,050	(1,256)	0,241
Medioambient	1,069	10	0,260	0,082					
Cientes	1,006	10	0,151	0,048	(0,034)	0,106	0,033	(1,022)	0,333
General	1,040	10	0,172	0,054					
Comunidad	1,088	10	0,248	0,078	0,033	0,247	0,078	0,425	0,681
Empleados	1,055	10	0,238	0,075					
Comunidad	1,088	10	0,248	0,078	0,019	0,166	0,053	0,357	0,729
Medioambient	1,069	10	0,260	0,082					
Comunidad	1,088	10	0,248	0,078	0,047	0,113	0,036	1,324	0,218
General	1,040	10	0,172	0,054					
Empleados	1,055	10	0,238	0,075	(0,014)	0,295	0,093	(0,154)	0,881
Medioambient	1,069	10	0,260	0,082					
Empleados	1,055	10	0,238	0,075	0,014	0,215	0,068	0,209	0,839
General	1,040	10	0,172	0,054					
Medioambient	1,069	10	0,260	0,082	0,029	0,110	0,035	0,822	0,432
General	1,040	10	0,172	0,054					
COMPARATIVA GRUPOS DE INTERÉS DIRECTOS E INDIRECTOS									
Agentes	1,030	10	0,157	0,050	(0,049)	0,177	0,056	(0,883)	0,4
Agentes	1,080	10	0,240	0,076					

\*p<0,01; \*\*p<0,05; \*\*\*p<0,10.

Fuente: elaboración propia.



***Anexo 11. Análisis estático: dimensiones Interna / Externa de Responsabilidad***



Anexo 11. Análisis estático: dimensiones Interna / Externa de Responsabilidad.

Naturaleza jurídica							
Índice RSC	Dimensión RSC	Bancos	Diferencia	CC.AA. y CC.CC.	Diferencia		
		Puntuación		Puntuación			
Comunidad	Interna	1,059	0,265	1,300	0,357*	(0,093)	
	Externa	0,795		0,943			
Medioambiente	Interna	1,450	0,342***	1,436	0,471*	(0,129)	
	Externa	1,108		0,965			
General	Interna	1,255	0,335**	1,368	0,416*	(0,082)	
	Externa	0,920		0,952			
Tamaño							
Índice RSC	Dimensión RSC	Grandes	Diferencia	Medianas	Diferencia	Pequeñas	Diferencia
		Puntuación		Puntuación		Puntuación	
Comunidad	Interna	1,162	0,407*	1,215	0,225***	1,329	0,385*
	Externa	0,755		0,990		0,944	
Medioambiente	Interna	1,336	0,214	1,533	0,544*	1,428	0,508*
	Externa	1,121		0,989		0,920	
General	Interna	1,249	0,348*	1,374	0,385*	1,378	0,444*
	Externa	0,901		0,989		0,934	
Diferencia (1(2))		Diferencia (1(3))		Diferencia (2(3))			
0,182		0,022		(0,160)			
(0,330)**		(0,293)***		(0,037)			
(0,037)		(0,096)		(0,059)			
Riesgo (morosidad)							
Índice RSC	Dimensión RSC	< media (14)	Diferencia	> media	Diferencia		
		Puntuación		Puntuación			
Comunidad	Interna	1,187	0,319*	1,312	0,355*	(0,037)	
	Externa	0,868		0,957			
Medioambiente	Interna	1,461	0,467*	1,414	0,412*	0,055	
	Externa	0,995		1,002			
General	Interna	1,324	0,406*	1,363	0,388*	0,018	
	Externa	0,918		0,975			
Dualidad							
Índice RSC	Dimensión RSC	Sí (13)	Diferencia	No (13)	Diferencia		
		Puntuación		Puntuación			
Comunidad	Interna	1,287	0,335*	1,203	0,336*	(0,001)	
	Externa	0,951		0,866			
Medioambiente	Interna	1,430	0,449*	1,449	0,434*	0,015	
	Externa	0,981		1,015			
General	Interna	1,358	0,395*	1,326	0,400*	(0,005)	
	Externa	0,963		0,926			
Paridad							
Índice RSC	Dimensión RSC	< media (8)	Diferencia	> media	Diferencia		
		Puntuación		Puntuación			
Comunidad	Interna	0,981	0,155	1,362	0,416*	(0,262)**	
	Externa	0,826		0,945			
Medioambiente	Interna	1,276	0,439*	1,512	0,443*	(0,004)	
	Externa	0,838		1,069			
General	Interna	1,129	0,298*	1,437	0,442*	(0,144)***	
	Externa	0,831		0,995			
Internacionalización							
Índice RSC	Dimensión RSC	Sí (11)	Diferencia	No (15)	Diferencia		
		Puntuación		Puntuación			
Comunidad	Interna	1,250	0,442*	1,240	0,258*	0,185***	
	Externa	0,808		0,983			

## Anexos

Medioambiente	Interna	1,416	0,330*	1,457	0,523*	(0,194)***
	Externa	1,086		0,933		
General	Interna	1,333	0,414*	1,349	0,386*	0,028
	Externa	0,919		0,963		
RSC departamento						
Índice RSC	Dimensión RSC	Sí (13)	Diferencia	No (13)	Diferencia	
		Puntuación		Puntuación		
Comunidad	Interna	1,284	0,298*	1,205	0,373*	(0,075)
	Externa	0,986		0,832		
Medioambiente	Interna	1,464	0,387*	1,415	0,496*	(0,110)
	Externa	1,077		0,919		
General	Interna	1,374	0,352*	1,310	0,443*	(0,091)
	Externa	1,022		0,867		
Ayuda estatal						
Índice RSC	Dimensión RSC	Sí (12)	Diferencia	No (14)	Diferencia	
		Puntuación		Puntuación		
Comunidad	Interna	1,368	0,351*	1,139	0,323*	0,028
	Externa	1,017		0,816		
Medioambiente	Interna	1,479	0,399*	1,406	0,477*	(0,078)
	Externa	1,079		0,929		
General	Interna	1,423	0,381*	1,273	0,411*	(0,030)
	Externa	1,042		0,861		
Auditora						
Índice RSC	Dimensión RSC	Gran auditora	Diferencia	Otras (12)	Diferencia	
		Puntuación		Puntuación		
Comunidad	Interna	1,207	0,342*	1,289	0,328*	0,014
	Externa	0,865		0,960		
Medioambiente	Interna	1,478	0,421*	1,394	0,465*	(0,044)
	Externa	1,057		0,929		
General	Interna	1,342	0,401*	1,342	0,394*	0,007
	Externa	0,942		0,948		

\*p<0,01; \*\*p<0,05; \*\*\*p<0,10.

Fuente: elaboración propia.

***Anexo 12. Análisis estático por elementos (componentes de índices de contenido, agregado)***



Anexo 12. Análisis estático por elementos (componentes de índices de contenido, agregado).

N = 26	Media	Desviación típ.	Error típ. de la media	t	Sig.
Cientes	0,956	0,174	0,034	(0,155)	0,878
Consumo ético	0,962	0,228	0,045		
Cientes	0,956	0,174	0,034	(3,958)	0,001
Satisfacción del cliente y calidad del servicio prestado	1,165	0,331	0,065		
Cientes	0,956	0,174	0,034	0,972	0,34
Seguridad de los clientes y confidencialidad	0,902	0,356	0,070		
Cientes	0,956	0,174	0,034	0,181	0,858
Inclusión clientes	0,945	0,377	0,074		
Cientes	0,956	0,174	0,034	5,822	0
Otra información	0,688	0,264	0,052		
General	1,038	0,143	0,028	2,29	0,031
Consumo ético	0,962	0,228	0,045		
General	1,038	0,143	0,028	(2,079)	0,048
Satisfacción del cliente y calidad del servicio prestado	1,165	0,331	0,065		
General	1,038	0,143	0,028	2,21	0,036
Seguridad de los clientes y confidencialidad	0,902	0,356	0,070		
General	1,038	0,143	0,028	1,331	0,195
Inclusión clientes	0,945	0,377	0,074		
General	1,038	0,143	0,028	7,232	0
Otra información	0,688	0,264	0,052		

\*p<0,01; \*\*p<0,05; \*\*\*p<0,10.

Fuente: elaboración propia.

N = 26	Media	Desviación típ.	Error típ. de la media	t	Sig.
Comunidad	1,043	0,214	0,042	2,7	0,012
Políticas, declaraciones y sistemas de gestión social	0,949	0,201	0,039		
Comunidad	1,043	0,214	0,042	(8,275)	0
Actividades de apoyo a la comunidad local	1,434	0,308	0,060		
Comunidad	1,043	0,214	0,042	2,658	0,014
Contribución a la economía nacional	0,875	0,362	0,071		
Comunidad	1,043	0,214	0,042	(1,946)	0,063
Cumplimiento de la legislación, corrupción y competencia	1,158	0,404	0,079		
Comunidad	1,043	0,214	0,042	(0,182)	0,857
Política pública	1,055	0,461	0,090		
Comunidad	1,043	0,214	0,042	5,213	0
Actividad social a través de la actividad intermediadora	0,694	0,384	0,075		
General	1,038	0,143	0,028	2,612	0,015

## Anexos

Políticas, declaraciones y sistemas de gestión social	0,949	0,201	0,039		
General	1,038	0,143	0,028	(8,426)	0
Actividades de apoyo a la comunidad local	1,434	0,308	0,060		
General	1,038	0,143	0,028	2,353	0,027
Contribución a la economía nacional	0,875	0,362	0,071		
General	1,038	0,143	0,028	(1,736)	0,095
Cumplimiento de la legislación, corrupción y competencia	1,158	0,404	0,079		
General	1,038	0,143	0,028	(0,229)	0,821
Política pública	1,055	0,461	0,090		
General	1,038	0,143	0,028	5,286	0
Actividad social a través de la actividad intermediadora	0,694	0,384	0,075		

\*p<0,01; \*\*p<0,05; \*\*\*p<0,10.

Fuente: elaboración propia.

N = 26	Media	Desviación típ.	Error típ. de la media	t	Sig.
Empleados	1,028	0,191	0,037	(1,177)	0,25
Relaciones empresa / trabajador	1,090	0,292	0,057		
Empleados	1,028	0,191	0,037	2,308	0,03
Salud y seguridad	0,915	0,229	0,045		
Empleados	1,028	0,191	0,037	(5,599)	0
Formación y desarrollo profesional	1,342	0,328	0,064		
Empleados	1,028	0,191	0,037	3,779	0,001
Retribución y condiciones de trabajo	0,851	0,270	0,053		
Empleados	1,028	0,191	0,037	1,47	0,154
Condiciones de contratación y despido	0,943	0,323	0,063		
Empleados	1,028	0,191	0,037	(8,979)	0
Diversidad e igualdad de oportunidades	1,475	0,309	0,061		
Empleados	1,028	0,191	0,037	7,438	0
Otra información	0,452	0,359	0,070		
General	1,038	0,143	0,028	(1,01)	0,322
Relaciones empresa / trabajador	1,090	0,292	0,057		
General	1,038	0,143	0,028	2,835	0,009
Salud y seguridad	0,915	0,229	0,045		
General	1,038	0,143	0,028	(5,059)	0
Formación y desarrollo profesional	1,342	0,328	0,064		
General	1,038	0,143	0,028	3,516	0,002
Retribución y condiciones de trabajo	0,851	0,270	0,053		
General	1,038	0,143	0,028	1,453	0,159
Condiciones de contratación y despido	0,943	0,323	0,063		
General	1,038	0,143	0,028	(8,963)	0
Diversidad e igualdad de oportunidades	1,475	0,309	0,061		
General	1,038	0,143	0,028	8,952	0
Otra información	0,452	0,359	0,070		

\*p<0,01; \*\*p<0,05; \*\*\*p<0,10.

Fuente: elaboración propia.



La Responsabilidad Social Corporativa en las Entidades Financieras de Depósito en España

N = 26	Media	Desviación típ.	Error típ. de la media	t	Sig.
Medioambiente	1,133	0,209	0,041	7,976	0
Políticas, declaraciones y sistemas de gestión ambiental	0,845	0,295	0,058		
Medioambiente	1,133	0,209	0,041	(12,277)	0
Consumo y conservación de recursos y energía	1,631	0,262	0,051		
Medioambiente	1,133	0,209	0,041	(2,645)	0,014
Emisiones, vertidos y residuos e impactos en los ecosistemas	1,248	0,308	0,060		
Medioambiente	1,133	0,209	0,041	(0,43)	0,671
Inversiones y gastos medioambientales y cumplimiento normativo	1,150	0,258	0,051		
Medioambiente	1,133	0,209	0,041	4,772	0
Medioambiente, productos y servicios	0,846	0,402	0,079		
General	1,038	0,143	0,028	3,757	0,001
Políticas, declaraciones y sistemas de gestión ambiental	0,845	0,295	0,058		
General	1,038	0,143	0,028	(13,661)	0
Consumo y conservación de recursos y energía	1,631	0,262	0,051		
General	1,038	0,143	0,028	(4,184)	0
Emisiones, vertidos y residuos e impactos en los ecosistemas	1,248	0,308	0,060		
General	1,038	0,143	0,028	(2,753)	0,011
Inversiones y gastos medioambientales y cumplimiento normativo	1,150	0,258	0,051		
General	1,038	0,143	0,028	2,603	0,015
Medioambiente, productos y servicios	0,846	0,402	0,079		

\*p<0,01; \*\*p<0,05; \*\*\*p<0,10.

Fuente: elaboración propia.

N = 26	Media	Desviación típ.	Error típ. de la media	Diferencia	Desviación típ.	Error típ. de la media	t	Sig.
Actividades de apoyo a la comunidad local	1,434	0,308	0,060	0,740	0,385	0,076	9,801	0
Actividad social a través de la actividad intermediadora	0,694	0,384	0,075					
Consumo y conservación de recursos y energía	1,631	0,262	0,051	0,785	0,452	0,089	8,853	0
Medioambiente, productos y servicios	0,846	0,402	0,079					

\*p<0,01; \*\*p<0,05; \*\*\*p<0,10.

Fuente: elaboración propia.

## Anexos

N = 26	Media	Desviación	Error típ.	Diferencia	Desviación	Error típ.	t	Sig.
Actividades de apoyo a la comunidad local	1,434	0,308	0,060	(0,197)	0,376	0,074	(2,675)	0,013
Consumo y conservación de recursos y energía	1,631	0,262	0,051					
Actividad social a través de la actividad intermediadora	0,694	0,384	0,075	(0,153)	0,358	0,070	(2,174)	0,039
Medioambiente, productos y servicios	0,846	0,402	0,079					

\*p<0,01; \*\*p<0,05; \*\*\*p<0,10.

Fuente: elaboración propia.

***Anexo 13. Análisis estático por elementos (componentes de índices de contenido,  
por tipo de entidad)***



Anexo 13. Análisis estático por elementos (componentes de índices de contenido, por tipo de entidad).

A nivel de Bancos y CC.AA. y CC.CC.

	Naturaleza jurídica	N	Media	Desviación típ.	Error típ. de la media	t	Sig.
Consumo ético	Bancos	6	0,849	0,273	0,112	(1,405)	0,173
	CC.AA. y CC.CC.	20	0,995	0,209	0,047	(1,209)	0,267
Satisfacción del cliente y calidad del servicio prestado	Bancos	6	1,111	0,266	0,108	(0,443)	0,662
	CC.AA. y CC.CC.	20	1,181	0,353	0,079	(0,518)	0,615
Seguridad de los clientes y confidencialidad	Bancos	6	0,750	0,408	0,167	(1,2)	0,242
	CC.AA. y CC.CC.	20	0,947	0,337	0,075	(1,078)	0,316
Inclusión clientes	Bancos	6	0,683	0,505	0,206	(2,06)	0,05
	CC.AA. y CC.CC.	20	1,023	0,303	0,068	(1,568)	0,167
Otra información	Bancos	6	0,698	0,239	0,097	0,108	0,915
	CC.AA. y CC.CC.	20	0,684	0,277	0,062	0,117	0,909
Políticas, declaraciones y sistemas de gestión social	Bancos	6	0,808	0,146	0,060	(2,081)	0,048
	CC.AA. y CC.CC.	20	0,991	0,198	0,044	(2,454)	0,032
Actividades de apoyo a la comunidad local	Bancos	6	1,306	0,309	0,126	(1,172)	0,253
	CC.AA. y CC.CC.	20	1,472	0,305	0,068	(1,162)	0,278
Contribución a la economía nacional	Bancos	6	0,758	0,289	0,118	(0,896)	0,379
	CC.AA. y CC.CC.	20	0,910	0,381	0,085	(1,043)	0,32
Cumplimiento de la legislación, corrupción y competencia	Bancos	6	0,783	0,350	0,143	(2,962)	0,007
	CC.AA. y CC.CC.	20	1,270	0,354	0,079	(2,978)	0,017
Política pública	Bancos	6	0,813	0,429	0,175	(1,508)	0,145
	CC.AA. y CC.CC.	20	1,128	0,455	0,102	(1,557)	0,155
Actividad social a través de la actividad intermediadora	Bancos	6	0,842	0,323	0,132	1,08	0,291
	CC.AA. y CC.CC.	20	0,649	0,397	0,089	1,211	0,254
Relaciones empresa / trabajador	Bancos	6	1,104	0,248	0,101	0,13	0,898
	CC.AA. y CC.CC.	20	1,086	0,310	0,069	0,147	0,886
Salud y seguridad	Bancos	6	0,778	0,221	0,090	(1,737)	0,095
	CC.AA. y CC.CC.	20	0,956	0,220	0,049	(1,732)	0,121
Formación y desarrollo profesional	Bancos	6	1,361	0,184	0,075	0,156	0,877
	CC.AA. y CC.CC.	20	1,337	0,364	0,081	0,22	0,829
Retribución y condiciones de trabajo	Bancos	6	0,833	0,307	0,125	(0,178)	0,86
	CC.AA. y CC.CC.	20	0,856	0,267	0,060	(0,165)	0,874
Condiciones de contratación y despido	Bancos	6	0,917	0,395	0,161	(0,222)	0,826
	CC.AA. y CC.CC.	20	0,951	0,310	0,069	(0,194)	0,852
Diversidad e igualdad de oportunidades	Bancos	6	1,400	0,373	0,152	(0,67)	0,509
	CC.AA. y CC.CC.	20	1,498	0,295	0,066	(0,588)	0,575
Otra información	Bancos	6	0,427	0,187	0,076	(0,19)	0,851
	CC.AA. y CC.CC.	20	0,459	0,400	0,089	(0,275)	0,787
Políticas, declaraciones y sistemas de gestión ambiental	Bancos	6	0,979	0,190	0,077	1,288	0,21
	CC.AA. y CC.CC.	20	0,805	0,312	0,070	1,673	0,116
Consumo y conservación de recursos y energía	Bancos	6	1,642	0,337	0,137	0,114	0,91
	CC.AA. y CC.CC.	20	1,628	0,246	0,055	0,096	0,927
Emisiones, vertidos y residuos e impactos en los ecosistemas	Bancos	6	1,258	0,296	0,121	0,091	0,928
	CC.AA. y CC.CC.	20	1,245	0,319	0,071	0,095	0,926
Inversiones y gastos medioambientales y cumplimiento normativo	Bancos	6	1,100	0,141	0,058	(0,534)	0,598
	CC.AA. y CC.CC.	20	1,165	0,285	0,064	(0,756)	0,46
Medioambiente, productos y servicios	Bancos	6	1,117	0,229	0,094	1,988	0,058
	CC.AA. y CC.CC.	20	0,765	0,411	0,092	2,681	0,017

\*p<0,01; \*\*p<0,05; \*\*\*p<0,10. Fuente: elaboración propia.

Anexos

Comparativa por tamaño de entidad (anova de 1 factor).

	Tamaño	Media	Anova de 1 factor					Pruebas post hoc / HSD de Tukey / Comparaciones múltiples			
			(Inter / Intra) - grupos	Suma de cuadrados	Media cuadrática	F	Sig.	(I - J) Tamaño	Diferencia de medias (I-J)	Error típico	Sig.
IDRc1	1	0,875	Inter	0,1	0,05	0,961	0,397	1 - 2	(0,078)	0,115	0,781
	2	0,953	Intra	1,2	0,052			1 - 3	(0,155)	0,112	0,368
	3	1,030	Total	1,301				2 - 3	(0,078)	0,104	0,743
IDRc2	1	1,167	Inter	0,098	0,049	0,428	0,657	1 - 2	0,079	0,17	0,89
	2	1,088	Intra	2,642	0,115			1 - 3	(0,065)	0,167	0,92
	3	1,232	Total	2,74				2 - 3	(0,144)	0,155	0,631
IDRc3	1	0,762	Inter	0,245	0,123	0,963	0,397	1 - 2	(0,133)	0,179	0,742
	2	0,895	Intra	2,927	0,127			1 - 3	(0,244)	0,175	0,364
	3	1,006	Total	3,172				2 - 3	(0,111)	0,163	0,781
IDRc4	1	1,021	Inter	0,102	0,051	0,34	0,715	1 - 2	0,157	0,195	0,705
	2	0,865	Intra	3,45	0,15			1 - 3	0,058	0,19	0,95
	3	0,963	Total	3,552				2 - 3	(0,099)	0,177	0,846
IDRc5	1	0,768	Inter	0,067	0,033	0,458	0,638	1 - 2	0,127	0,135	0,626
	2	0,641	Intra	1,674	0,073			1 - 3	0,095	0,132	0,758
	3	0,673	Total	1,74				2 - 3	(0,032)	0,123	0,965
IDRs1	1	0,893	Inter	0,041	0,02	0,485	0,622	1 - 2	(0,102)	0,103	0,594
	2	0,994	Intra	0,965	0,042			1 - 3	(0,054)	0,1	0,856
	3	0,947	Total	1,006				2 - 3	0,048	0,094	0,868
IDRs2	1	1,512	Inter	0,342	0,171	1,941	0,166	1 - 2	0,236	0,149	0,276
	2	1,276	Intra	2,026	0,088			1 - 3	(0,009)	0,146	0,998
	3	1,521	Total	2,368				2 - 3	(0,245)	0,136	0,194
IDRs3	1	0,679	Inter	0,537	0,268	2,254	0,128	1 - 2	(0,368)	0,173	0,109
	2	1,046	Intra	2,74	0,119			1 - 3	(0,180)	0,17	0,55
	3	0,858	Total	3,277				2 - 3	0,188	0,158	0,474
IDRs4	1	0,771	Inter	1,466	0,733	6,44	0,006	1 - 2	(0,482)**	0,17	0,024
	2	1,254	Intra	2,618	0,114			1 - 3	(0,570)*	0,166	0,006
	3	1,342	Total	4,083				2 - 3	(0,088)	0,155	0,839
IDRs5	1	0,813	Inter	0,566	0,283	1,371	0,274	1 - 2	(0,340)	0,228	0,316
	2	1,153	Intra	4,746	0,206			1 - 3	(0,325)	0,223	0,332
	3	1,138	Total	5,312				2 - 3	0,015	0,208	0,997
IDRs6	1	0,814	Inter	0,146	0,073	0,474	0,629	1 - 2	0,146	0,197	0,744
	2	0,669	Intra	3,544	0,154			1 - 3	0,183	0,193	0,619
	3	0,632	Total	3,689				2 - 3	0,037	0,18	0,977
IDRh1	1	1,143	Inter	0,071	0,035	0,396	0,678	1 - 2	0,021	0,15	0,989
	2	1,122	Intra	2,063	0,09			1 - 3	0,118	0,147	0,708
	3	1,025	Total	2,134				2 - 3	0,097	0,137	0,763
IDRh2	1	0,702	Inter	0,508	0,254	7,313	0,003	1 - 2	(0,357)*	0,093	0,003
	2	1,060	Intra	0,799	0,035			1 - 3	(0,230)***	0,091	0,05
	3	0,932	Total	1,307				2 - 3	0,127	0,085	0,316
IDRh3	1	1,220	Inter	0,299	0,15	1,442	0,257	1 - 2	(0,263)	0,162	0,258
	2	1,483	Intra	2,387	0,104			1 - 3	(0,081)	0,158	0,867
	3	1,301	Total	2,686				2 - 3	0,182	0,148	0,45
IDRh4	1	0,833	Inter	0,057	0,028	0,369	0,695	1 - 2	(0,080)	0,139	0,835
	2	0,914	Intra	1,77	0,077			1 - 3	0,026	0,136	0,98
	3	0,807	Total	1,827				2 - 3	0,107	0,127	0,685
IDRh5	1	0,887	Inter	0,058	0,029	0,262	0,772	1 - 2	(0,036)	0,168	0,975
	2	0,923	Intra	2,556	0,111			1 - 3	(0,113)	0,164	0,772
	3	1,000	Total	2,614				2 - 3	(0,077)	0,153	0,87
IDRh6	1	1,379	Inter	0,118	0,059	0,599	0,558	1 - 2	(0,173)	0,158	0,527
	2	1,552	Intra	2,272	0,099			1 - 3	(0,095)	0,154	0,815
	3	1,473	Total	2,39				2 - 3	0,079	0,144	0,851

La Responsabilidad Social Corporativa en las Entidades Financieras de Depósito en España

IDRh7	1	0,571	Inter	0,218	0,109	0,837	0,446	1 – 2	0,095	0,181	0,862
	2	0,477	Intra	2,997	0,13			1 – 3	0,226	0,177	0,427
	3	0,346	Total	3,215				2 – 3	0,131	0,165	0,713
IDRe1	1	0,946	Inter	0,263	0,132	1,587	0,226	1 – 2	0,041	0,145	0,958
	2	0,906	Intra	1,906	0,083			1 – 3	0,227	0,141	0,266
	3	0,719	Total	2,169				2 – 3	0,186	0,132	0,353
IDRe2	1	1,593	Inter	0,102	0,051	0,729	0,493	1 – 2	(0,124)	0,133	0,629
	2	1,717	Intra	1,613	0,07			1 – 3	0,013	0,13	0,995
	3	1,580	Total	1,715				2 – 3	0,137	0,121	0,51
IDRe3	1	1,079	Inter	0,302	0,151	1,675	0,209	1 – 2	(0,271)	0,151	0,194
	2	1,350	Intra	2,073	0,09			1 – 3	(0,196)	0,147	0,395
	3	1,275	Total	2,375				2 – 3	0,075	0,137	0,851
IDRe4	1	1,021	Inter	0,326	0,163	2,805	0,081	1 – 2	(0,275)	0,121	0,082
	2	1,296	Intra	1,335	0,058			1 – 3	(0,087)	0,118	0,747
	3	1,108	Total	1,661				2 – 3	0,188	0,11	0,227
IDRe5	1	1,221	Inter	1,361	0,68	5,848	0,009	1 – 2	0,540**	0,171	0,012
	2	0,681	Intra	2,676	0,116			1 – 3	0,490**	0,168	0,021
	3	0,732	Total	4,037				2 – 3	(0,050)	0,156	0,945

\*p<0,01; \*\*p<0,05; \*\*\*p<0,10.

Fuente: elaboración propia.





***Anexo 14. Análisis de ítems individuales de contenido, comparativa con la media de su categoría***



Anexo 14. Análisis de ítems individuales de contenido, comparativa con la media de su categoría.

- Clientes

Clientes							
Ítem de contenido (media)		Elemento categoría de contenido	Dif.	Ítem de contenido (media)		Elemento categoría de contenido	Dif.
		Consumo ético				Satisfacción del cliente y calidad del servicio prestado	
IDRc11	1,497	0,962	0,535*	IDRc21	0,946	1,165	(0,219)*
IDRc12	0,962		0,000	IDRc22	1,272		0,107
IDRc13	0,952		(0,010)	IDRc23	0,769		(0,396)*
IDRc14	1,397		0,435*	IDRc24	1,471		0,306*
IDRc15	0,782		(0,180)	IDRc25	1,644		0,479*
IDRc16	0,875		(0,087)	IDRc26	1,026		(0,139)
IDRc17	1,006		0,044				
IDRc18	1,272		0,310*				
		Seguridad de los clientes y confidencialidad				Inclusión clientes	
IDRc31	1,141	0,902	0,239*	IDRc41	0,766	0,945	(0,179)
IDRc32	0,904		0,002	IDRc42	1,179		0,234**
IDRc33	1,071		0,169***	IDRc43	1,311		0,366*
				IDRc44	0,888		(0,057)
				IDRc45	1,343		0,398*
		Otra información					
IDRc51	1,212	0,688	0,524*				
IDRc52	0,904		0,216***				
IDRc53	0,955		0,267**				
IDRc54	0,625		(0,063)				
Comunidad							
Ítem de contenido (media)		Elemento categoría de contenido	Dif.	Ítem de contenido		Elemento categoría de contenido	Dif.
		Políticas, declaraciones y sistemas de gestión social				Actividades de apoyo e inversión en la comunidad local	
IDRS11	0,952	0,949	0,003	IDRS21	1,615	1,434	0,181***
IDRS12	0,788		(0,161)**	IDRS22	1,647		0,213**
IDRS13	1,442		0,493*	IDRS23	1,199		(0,235)***
IDRS14	1,401		0,452*	IDRS24	1,266		(0,168)
IDRS15	0,038		(0,911)*	IDRS25	1,567		0,133
				IDRS26	1,051		(0,383)*
		Contribución a la economía nacional				Cumplimiento de la legislación, corrupción y competencia	
IDRS31	1,522	0,875	0,647*	IDRS41	1,721	1,158	0,563*
IDRS32	0,417		(0,458)*	IDRS42	0,587		(0,571)*
IDRS33	0,821		(0,054)	IDRS43	1,128		(0,030)
IDRS34	0,888		0,013	IDRS44	1,391		0,233***
IDRS35	0,631		(0,244)***	IDRS45	0,776		(0,382)*
		Política pública				Actividad social a través de la actividad intermediadora	
IDRS51	1,010	1,055	(0,045)	IDRS61	0,696	0,694	0,002
IDRS52	0,785		(0,270)**	IDRS62	0,510		(0,184)*
IDRS53	0,763		(0,292)**	IDRS63	0,423		(0,271)**
IDRS54	1,558		0,503*	IDRS64	1,115		0,421*
				IDRS65	0,651		(0,043)

\*p<0,01; \*\*p<0,05; \*\*\*p<0,10.

Anexos

Fuente: elaboración propia.

<b>Empleados</b>							
Ítem de contenido (media)		Elemento categoría de contenido	Dif.	Ítem de contenido (media)		Elemento categoría de contenido	Dif.
IDRh11	1,250	1,090	0,160	IDRh21	0,894	Salud y seguridad	(0,021)
IDRh12	0,907		(0,183)	IDRh22	1,160		0,245*
IDRh13	1,138		0,048	IDRh23	0,619		(0,296)**
IDRh14	0,846		(0,244)***	IDRh24	1,429		0,514*
IDRh15	1,000		(0,090)	IDRh25	1,724		0,809*
IDRh16	1,173		0,083	IDRh26	0,077		(0,838)*
				IDRh27	0,000		(0,915)*
				IDRh28	0,750		(0,165)
				IDRh29	1,349		0,434*
		Formación y desarrollo profesional				Retribución y condiciones de trabajo	
IDRh31	1,561	1,342	0,219*	IDRh41	0,635	0,851	(0,216)*
IDRh32	1,885		0,543*	IDRh42	0,442		(0,409)*
IDRh33	1,311		(0,031)	IDRh43	1,381		0,530*
IDRh34	0,644		(0,698)*	IDRh44	1,173		0,322*
IDRh35	1,205		(0,137)	IDRh45	0,048		(0,803)*
IDRh36	1,215		(0,127)	IDRh46	1,250		0,399*
		Condiciones de contratación y despido				Diversidad e igualdad de oportunidades	
IDRh51	0,567	0,943	(0,376)*	IDRh61	1,221	1,475	(0,254)**
IDRh52	0,404		(0,539)*	IDRh62	1,865		0,390*
IDRh53	0,676		(0,267)**	IDRh63	1,923		0,448*
IDRh54	1,247		0,304*	IDRh64	1,019		(0,456)*
IDRh55	0,875		(0,068)	IDRh65	1,144		(0,331)*
IDRh56	1,715		0,772*				
		Elemento categoría de contenido					
IDRh71	0,362	0,452	(0,090)				
IDRh72	0,128		(0,324)*				
IDRh73	0,712		0,260**				
IDRh74	0,587		0,135				
<b>Medioambiente</b>							
Ítem de contenido (media)		Elemento categoría de contenido	Dif.	Ítem de contenido (media)		Elemento categoría de contenido	Dif.
IDRe11	0,939	Políticas, declaraciones y sistemas de gestión ambiental	0,094	IDRe21	1,875	Consumo y conservación de recursos y energía	0,244*
IDRe12	1,090		0,245**	IDRe22	1,292		(0,339)*
IDRe13	0,288		(0,557)*	IDRe23	1,606		(0,025)
IDRe14	1,356		0,511*	IDRe24	1,865		0,234*
IDRe15	1,167		0,322*	IDRe25	1,260		(0,371)*
IDRe16	0,087		(0,758)*				
		Emissiones, vertidos y residuos e impactos en los ecosistemas				Inversiones y gastos medioambientales y cumplimiento	
IDRe31	1,670	1,248	0,422*	IDRe41	0,840	1,150	(0,310)**
IDRe32	1,413		0,165	IDRe42	1,343		0,193***
IDRe33	0,250		(0,998)*	IDRe43	0,878		(0,272)**
IDRe34	1,721		0,473*	IDRe44	0,971		(0,179)**
IDRe35	1,022		(0,226)**	IDRe45	1,538		0,388*
		Medioambiente, productos y servicios					
IDRe51	0,862	0,846	0,016				
IDRe52	0,734		(0,112)				
IDRe53	0,731		(0,115)**				
IDRe54	0,468		(0,378)*				
IDRe55	1,346		0,500*				

\*p<0,01; \*\*p<0,05; \*\*\*p<0,10.

Fuente: elaboración propia.

***Anexo 15. Comparativa de ítems entre determinantes de contenido***

Anexos

Anexo 15. Comparativa de ítems entre determinantes de contenido.

Comparativa de ítems por naturaleza jurídica y tamaño

		Media total	Naturaleza Jurídica			Tamaño						Dif. Inter-grupos	
			Bancos	CC.AA. y CC.CC.	Diferencia	Grandes	Medias	Pequeñas	Dif. (1-2)	Dif. (1-3)	Dif. (2-3)		
IDRC	Consumo ético	IDRc11	1,497	1,625	1,458	0,167	1,750	1,481	1,333	0,269	0,417	0,148	
		IDRc12	0,962	0,708	1,038	(0,329)	1,071	0,463	1,333	0,608	(0,262)	(0,870)	*
		IDRc13	0,952	0,792	1,000	(0,208)	0,821	0,741	1,233	0,081	(0,412)	(0,493)	***
		IDRc14	1,397	1,125	1,479	(0,354)	1,000	1,556	1,533	(0,556)	(0,533)	0,022	
		IDRc15	0,782	0,542	0,854	(0,313)	0,643	0,389	1,233	0,254	(0,590)	(0,844)	*
		IDRc16	0,875	0,667	0,938	(0,271)	0,536	0,667	1,300	(0,131)	(0,764)	(0,633)	*
		IDRc17	1,006	0,250	1,233	(0,983)*	0,286	0,907	1,600	(0,622)	(1,314)	(0,693)	*
		IDRc18	1,272	1,083	1,329	(0,246)	0,893	1,241	1,567	(0,348)	(0,674)	(0,326)	***
	Satisfacción del cliente y calidad del servicio prestado	IDRc21	0,946	0,542	1,067	(0,525)**	0,893	0,630	1,267	0,263	(0,374)	(0,637)	**
		IDRc22	1,272	1,417	1,229	0,188	1,286	1,269	1,267	0,017	0,019	0,002	
		IDRc23	0,769	0,417	0,875	(0,458)**	0,607	0,417	1,200	0,190	(0,593)	(0,783)	**
		IDRc24	1,471	1,750	1,388	0,363	1,786	1,380	1,333	0,406	0,452	0,046	
		IDRc25	1,644	1,625	1,650	(0,025)	1,607	1,944	1,400	(0,337)	0,207	0,544	**
		IDRc26	1,026	0,917	1,058	(0,142)	0,821	0,657	1,500	0,164	(0,679)	(0,843)	*
	Seguridad de los clientes y confidencialidad	IDRc31	1,141	1,042	1,171	(0,129)	1,107	0,917	1,367	0,190	(0,260)	(0,450)	***
		IDRc32	0,904	0,417	1,050	(0,633)***	0,214	0,889	1,400	(0,675)	(1,186)	(0,511)	*
		IDRc33	1,071	0,792	1,154	(0,363)	0,964	0,861	1,333	0,103	(0,369)	(0,472)	
	Inclusión clientes	IDRc41	0,766	0,208	0,933	(0,725)*	0,643	0,306	1,267	0,337	(0,624)	(0,961)	*
		IDRc42	1,179	0,667	1,333	(0,667)**	1,286	0,704	1,533	0,582	(0,248)	(0,830)	**
		IDRc43	1,311	1,000	1,404	(0,404)	1,500	1,102	1,367	0,398	0,133	(0,265)	
IDRc44		0,888	0,333	1,054	(0,721)**	0,536	0,778	1,233	(0,242)	(0,698)	(0,456)	***	
IDRc45		1,343	1,208	1,383	(0,175)	1,143	1,287	1,533	(0,144)	(0,390)	(0,246)		
Otra información	IDRc51	1,212	0,667	1,375	(0,708)***	0,929	1,000	1,600	(0,071)	(0,671)	(0,600)		
	IDRc52	0,904	0,833	0,925	(0,092)	0,929	0,556	1,200	0,373	(0,271)	(0,644)		
	IDRc53	0,955	0,708	1,029	(0,321)	0,643	0,926	1,200	(0,283)	(0,557)	(0,274)		
	IDRc54	0,625	0,583	0,638	(0,054)	0,571	0,028	1,200	0,544	(0,629)	(1,172)	*	

\*p<0,01; \*\*p<0,05; \*\*\*p<0,10.

Fuente: elaboración propia.

IDRS	Políticas, declaraciones y sistemas de gestión social	IDRS11	0,952	1,042	0,925	0,117**	1,000	0,944	0,925	0,056	0,075	0,019	
		IDRS12	0,788	0,583	0,850	(0,267)	0,929	0,657	0,808	0,271	0,120	(0,151)	
		IDRS13	1,442	1,417	1,450	(0,033)	1,357	1,657	1,308	(0,300)	0,049	0,349	
		IDRS14	1,401	1,000	1,521	(0,521)**	1,179	1,519	1,450	(0,340)	(0,271)	0,069	
		IDRS15	0,038	0,000	0,050	(0,050)	0,000	0,083	0,025	(0,083)	(0,025)	0,058	
	Actividades de apoyo a la comunidad local	IDRS21	1,615	1,458	1,663	(0,204)	1,643	1,463	1,733	0,180	(0,090)	(0,270)	
		IDRS22	1,647	1,458	1,704	(0,246)	1,750	1,667	1,558	0,083	0,192	0,108	
		IDRS23	1,199	1,375	1,146	0,229	1,250	0,972	1,367	0,278	(0,117)	(0,394)	
		IDRS24	1,266	1,167	1,296	(0,129)	1,607	0,806	1,442	0,802	0,165	(0,636)	**
		IDRS25	1,567	1,250	1,663	(0,413)	1,571	1,556	1,575	0,016	(0,004)	(0,019)	
		IDRS26	1,051	1,125	1,029	0,096	1,250	0,963	0,992	0,287	0,258	(0,029)	
	Contribución a la economía nacional	IDRS31	1,522	1,083	1,654	(0,571)**	1,214	1,417	1,833	(0,202)	(0,619)	(0,417)	
		IDRS32	0,417	0,792	0,304	0,488**	0,714	0,278	0,333	0,437	0,381	(0,056)	
		IDRS33	0,821	0,917	0,792	0,125	0,750	1,157	0,567	(0,407)	0,183	0,591	

La Responsabilidad Social Corporativa en las Entidades Financieras de Depósito en España

Cumplimiento de la legislación, corrupción y competencia	IDRS34	0,888	0,583	0,979	(0,396)	0,357	1,120	1,050	(0,763)	(0,693)	0,070	
	IDRS35	0,631	0,417	0,696	(0,279)	0,357	1,167	0,342	(0,810)	0,015	0,825	**
	IDRS41	1,721	1,375	1,825	(0,450)*	1,643	1,778	1,725	(0,135)	(0,082)	0,053	
	IDRS42	0,587	0,250	0,688	(0,438)***	0,214	0,370	1,042	(0,156)	(0,827)	(0,671)	**
	IDRS43	1,128	0,417	1,342	(0,925)**	0,500	1,278	1,433	(0,778)	(0,933)	(0,156)	***
	IDRS44	1,391	1,208	1,446	(0,238)	0,786	1,815	1,433	(1,029)	(0,648)	0,381	*
Política pública	IDRS45	0,776	0,667	0,808	(0,142)	0,714	0,843	0,758	(0,128)	(0,044)	0,084	
	IDRS51	1,010	1,000	1,013	(0,013)	0,786	1,194	1,000	(0,409)	(0,214)	0,194	
	IDRS52	0,785	0,417	0,896	(0,479)	0,607	0,741	0,950	(0,134)	(0,343)	(0,209)	
	IDRS53	0,763	0,500	0,842	(0,342)	0,357	1,000	0,833	(0,643)	(0,476)	0,167	
Actividad social a través de la actividad intermediadora	IDRS54	1,558	1,333	1,625	(0,292)	1,500	1,556	1,600	(0,056)	(0,100)	(0,044)	
	IDRS61	0,696	0,958	0,617	0,342	0,893	0,759	0,500	0,134	0,393	0,259	
	IDRS62	0,510	0,458	0,525	(0,067)	0,464	0,444	0,600	0,020	(0,136)	(0,156)	
	IDRS63	0,423	0,208	0,488	(0,279)	0,321	0,361	0,550	(0,040)	(0,229)	(0,189)	
	IDRS64	1,115	1,500	1,000	0,500***	1,500	0,917	1,025	0,583	0,475	(0,108)	
IDRS65	0,651	1,083	0,521	0,563*	0,893	0,824	0,325	0,069	0,568	0,499	**	

\*p<0,01; \*\*p<0,05; \*\*\*p<0,10.

Fuente: elaboración propia.

IDRh	Relaciones empresa / trabajador	IDRh11	1,250	1,625	1,138	0,488**	1,536	1,306	1,000	0,230	0,536	0,306	
		IDRh12	0,907	1,000	0,879	0,121	1,036	0,611	1,083	0,425	(0,048)	(0,472)	
		IDRh13	1,138	1,583	1,004	0,579**	1,357	1,204	0,925	0,153	0,432	0,279	
		IDRh14	0,846	0,833	0,850	(0,017)	0,786	1,111	0,650	(0,325)	0,136	0,461	
		IDRh15	1,000	0,750	1,075	(0,325)	1,107	0,963	0,958	0,144	0,149	0,005	
		IDRh16	1,173	0,833	1,275	(0,442)	1,036	1,306	1,150	(0,270)	(0,114)	0,156	
	Salud y seguridad	IDRh21	0,894	0,792	0,925	(0,133)	0,821	0,861	0,975	(0,040)	(0,154)	(0,114)	
		IDRh22	1,160	1,208	1,146	0,062	0,929	1,250	1,242	(0,321)	(0,313)	0,008	
		IDRh23	0,619	0,458	0,667	(0,208)	0,750	0,935	0,242	(0,185)	0,508	0,694	***
		IDRh24	1,429	0,917	1,583	(0,667)***	0,857	1,667	1,617	(0,810)	(0,760)	0,050	**
		IDRh25	1,724	1,750	1,717	0,033	1,286	1,944	1,833	(0,659)	(0,548)	0,111	*
		IDRh26	0,077	0,000	0,100	(0,100)	0,000	0,222	0,000	(0,222)	0,000	0,222	
		IDRh27	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	
		IDRh28	0,750	0,833	0,725	0,108	0,750	0,593	0,892	0,157	(0,142)	(0,299)	
	IDRh29	1,349	1,042	1,442	(0,400)	0,929	1,769	1,267	(0,840)	(0,338)	0,502	**	
	Formación y desarrollo profesional	IDRh31	1,561	1,625	1,542	0,083	1,571	1,620	1,500	(0,049)	0,071	0,120	
		IDRh32	1,885	1,917	1,875	0,042	1,929	1,833	1,900	0,095	0,029	(0,067)	
		IDRh33	1,311	1,167	1,354	(0,188)	0,857	1,667	1,308	(0,810)	(0,451)	0,358	**
		IDRh34	0,644	0,667	0,638	0,029	0,464	0,667	0,750	(0,202)	(0,286)	(0,083)	
		IDRh35	1,205	1,333	1,167	0,167	1,286	1,389	0,983	(0,103)	0,302	0,406	
		IDRh36	1,215	1,458	1,142	0,317	1,214	1,444	1,008	(0,230)	0,206	0,436	
	Retribución y condiciones de trabajo	IDRh41	0,635	0,792	0,588	0,204	0,821	0,667	0,475	0,155	0,346	0,192	
		IDRh42	0,442	0,583	0,400	0,183	0,714	0,333	0,350	0,381	0,364	(0,017)	
		IDRh43	1,381	1,167	1,446	(0,279)	1,250	1,556	1,317	(0,306)	(0,067)	0,239	
		IDRh44	1,173	1,542	1,063	0,479**	1,536	1,139	0,950	0,397	0,586	0,189	**
		IDRh45	0,048	0,000	0,063	(0,063)	0,000	0,083	0,050	(0,083)	(0,050)	0,033	
		IDRh46	1,250	0,917	1,350	(0,433)	0,679	1,472	1,450	(0,794)	(0,771)	0,022	**
	Condiciones de contratación y despido	IDRh51	0,567	0,792	0,500	0,292	0,643	0,583	0,500	0,060	0,143	0,083	
		IDRh52	0,404	0,833	0,275	0,558**	0,714	0,389	0,200	0,325	0,514	0,189	
		IDRh53	0,676	0,250	0,804	(0,554)*	0,571	0,593	0,825	(0,021)	(0,254)	(0,232)	
		IDRh54	1,247	1,083	1,296	(0,213)	1,250	1,111	1,367	0,139	(0,117)	(0,256)	
		IDRh55	0,875	0,875	0,875	0,000	0,643	0,778	1,125	(0,135)	(0,482)	(0,347)	
		IDRh56	1,715	1,667	1,729	(0,063)	1,500	1,889	1,708	(0,389)	(0,208)	0,181	
	Diversidad e igualdad de	IDRh61	1,221	1,208	1,225	(0,017)	1,179	1,370	1,117	(0,192)	0,062	0,254	
		IDRh62	1,865	1,833	1,875	(0,042)	1,786	1,944	1,850	(0,159)	(0,064)	0,094	

Anexos

oportunidades	IDRh63	1,923	1,917	1,925	(0,008)	1,929	1,944	1,900	(0,016)	0,029	0,044	
	IDRh64	1,019	1,208	0,963	0,246	1,036	1,083	0,950	(0,048)	0,086	0,133	
	IDRh65	1,144	0,833	1,238	(0,404)	0,964	1,194	1,225	(0,230)	(0,261)	(0,031)	
Otra información	IDRh71	0,362	0,458	0,333	0,125	0,429	0,389	0,292	0,040	0,137	0,097	
	IDRh72	0,128	0,125	0,129	(0,004)	0,250	0,065	0,100	0,185	0,150	(0,035)	
	IDRh73	0,712	0,833	0,675	0,158	1,143	0,778	0,350	0,365	0,793	0,428	***
	IDRh74	0,587	0,292	0,675	(0,383)***	0,464	0,639	0,625	(0,175)	(0,161)	0,014	

\*p<0,01; \*\*p<0,05; \*\*\*p<0,10.

Fuente: elaboración propia.

IDRe	Políticas, declaraciones y sistemas de gestión ambiental	IDRe11	0,939	1,000	0,921	0,079**	1,036	0,935	0,875	0,101	0,161	0,060	**
		IDRe12	1,090	1,292	1,029	0,263	1,250	1,120	0,950	0,130	0,300	0,170	
		IDRe13	0,288	0,333	0,275	0,058	0,321	0,417	0,150	(0,095)	0,171	0,267	
		IDRe14	1,356	1,583	1,288	0,296	1,571	1,417	1,150	0,155	0,421	0,267	
		IDRe15	1,167	1,500	1,067	0,433	1,357	1,213	0,992	0,144	0,365	0,221	
		IDRe16	0,087	0,167	0,063	0,104	0,143	0,139	0,000	0,004	0,143	0,139	
	Consumo y conservación de recursos y energía	IDRe21	1,875	1,917	1,863	0,054	1,750	1,944	1,900	(0,194)	(0,150)	0,044	
		IDRe22	1,292	1,208	1,317	(0,108)	1,250	1,398	1,225	(0,148)	0,025	0,173	
		IDRe23	1,606	1,708	1,575	0,133	1,750	1,667	1,450	0,083	0,300	0,217	
		IDRe24	1,865	1,917	1,850	0,067	1,714	1,944	1,900	(0,230)	(0,186)	0,044	
		IDRe25	1,260	1,458	1,200	0,258	1,500	1,389	0,975	0,111	0,525	0,414	
	Emisiones, vertidos y residuos e impactos en los ecosistemas	IDRe31	1,670	1,917	1,596	0,321**	1,714	1,556	1,742	0,159	(0,027)	(0,186)	
		IDRe32	1,413	1,375	1,425	(0,050)	0,929	1,944	1,275	(1,016)	(0,346)	0,669	*
		IDRe33	0,250	0,042	0,313	(0,271)**	0,107	0,167	0,425	(0,060)	(0,318)	(0,258)	
		IDRe34	1,721	1,708	1,725	(0,017)	1,464	1,815	1,817	(0,351)	(0,352)	(0,002)	***
		IDRe35	1,022	1,250	0,954	0,296	1,179	1,120	0,825	0,058	0,354	0,295	
	Inversiones y gastos medioambientales y cumplimiento normativo	IDRe41	0,840	1,042	0,779	0,263	0,643	1,148	0,700	(0,505)	(0,057)	0,448	
		IDRe42	1,343	1,167	1,396	(0,229)	1,393	1,296	1,350	0,097	0,043	(0,054)	
		IDRe43	0,878	1,042	0,829	0,213	1,000	1,139	0,558	(0,139)	0,442	0,581	**
		IDRe44	0,971	1,000	0,963	0,038	1,036	1,139	0,775	(0,103)	0,261	0,364	
		IDRe45	1,538	1,250	1,625	(0,375)	1,036	1,583	1,850	(0,548)	(0,814)	(0,267)	**
	Medioambiente, productos y servicios	IDRe51	0,862	1,125	0,783	0,342	1,214	0,880	0,600	0,335	0,614	0,280	
		IDRe52	0,734	0,542	0,792	(0,250)	0,500	0,583	1,033	(0,083)	(0,533)	(0,450)	
		IDRe53	0,731	1,083	0,625	0,458**	1,214	0,444	0,650	0,770	0,564	(0,206)	**
		IDRe54	0,468	1,000	0,308	0,692**	1,250	0,185	0,175	1,065	1,075	0,010	*
IDRe55		1,346	1,833	1,200	0,633**	1,929	1,213	1,058	0,716	0,870	0,155	**	

\*p<0,01; \*\*p<0,05; \*\*\*p<0,10.

Fuente: elaboración propia.



Comparativa de ítems por riesgo (morosidad) y gobierno corporativo (dualidad en la dirección y paridad en el consejo de administración).

		Riesgo (Morosidad)			Dualidad dirección			Paridad			
		<	>	Diferencia	SI	NO	Dif.	<	>	Dif.	
		IDRc	Consumo ético	IDRc11	1,387	1,625	(0,238)	1,455	1,538	(0,083)	1,448
IDRc12	0,964			0,958	0,006	0,865	1,058	(0,192)	0,667	1,093	(0,426)***
IDRc13	0,786			1,146	(0,360)***	0,885	1,019	(0,135)	0,729	1,051	(0,322)***
IDRc14	1,363			1,438	(0,074)	1,526	1,269	0,256	1,417	1,389	0,028
IDRc15	0,702			0,875	(0,173)	0,699	0,865	(0,167)	0,542	0,889	(0,347)
IDRc16	0,750			1,021	(0,271)	0,827	0,923	(0,096)	0,719	0,944	(0,226)
IDRc17	1,048			0,958	0,089	1,167	0,846	0,321	0,625	1,176	(0,551)***
IDRc18	1,345			1,188	0,158	1,295	1,250	0,045	1,115	1,343	(0,228)
Satisfacción del cliente y calidad del servicio prestado	IDRc21		0,845	1,063	(0,217)	0,929	0,962	(0,032)	0,677	1,065	(0,388)
	IDRc22		1,202	1,354	(0,152)	1,237	1,308	(0,071)	1,146	1,329	(0,183)
	IDRc23		0,696	0,854	(0,158)	0,731	0,808	(0,077)	0,281	0,986	(0,705)*
	IDRc24		1,446	1,500	(0,054)	1,404	1,538	(0,135)	1,542	1,440	0,102
	IDRc25		1,607	1,688	(0,080)	1,846	1,442	0,404**	1,594	1,667	(0,073)
	IDRc26		1,137	0,896	0,241	0,821	1,231	(0,410)***	0,719	1,162	(0,443)***
Seguridad de los clientes y confidencialidad	IDRc31		1,155	1,125	0,030	1,071	1,212	(0,141)	1,115	1,153	(0,038)
	IDRc32		1,000	0,792	0,208	1,038	0,769	0,269	0,375	1,139	(0,764)**
	IDRc33		1,024	1,125	(0,101)	1,141	1,000	0,141	0,885	1,153	(0,267)
Inclusión clientes	IDRc41		0,619	0,938	(0,318)**	0,801	0,731	0,071	0,458	0,903	(0,444)***
	IDRc42		0,958	1,438	(0,479)***	1,186	1,173	0,013	1,260	1,144	0,117
	IDRc43		1,042	1,625	(0,583)*	1,410	1,212	0,199	1,302	1,315	(0,013)
	IDRc44		0,810	0,979	(0,170)	0,987	0,788	0,199	0,479	1,069	(0,590)**
	IDRc45		1,298	1,396	(0,098)	1,359	1,327	0,032	1,354	1,338	0,016
Otra información	IDRc51		1,214	1,208	0,006	1,385	1,038	0,346	1,250	1,194	0,056
	IDRc52		0,839	0,979	(0,140)	0,750	1,058	(0,308)	0,500	1,083	(0,583)**
	IDRc53		0,935	0,979	(0,045)	0,891	1,019	(0,128)	0,375	1,213	(0,838)*
	IDRc54		0,589	0,667	(0,077)	0,404	0,846	(0,442)	0,375	0,736	(0,361)

\*p<0,01; \*\*p<0,05; \*\*\*p<0,10.

Fuente: elaboración propia.

IDRs	Políticas, declaraciones y sistemas de gestión social	IDRS11	1,000	0,896	0,104***	0,942	0,962	(0,019)	1,000	0,931	0,069***
		IDRS12	0,804	0,771	0,033	0,827	0,750	0,077	0,604	0,870	(0,266)
		IDRS13	1,393	1,500	(0,107)	1,519	1,365	0,154	1,448	1,440	0,008
		IDRS14	1,530	1,250	0,280	1,532	1,269	0,263	1,250	1,468	(0,218)
		IDRS15	0,054	0,021	0,033	0,077	0,000	0,077***	0,000	0,056	(0,056)
	Actividades de apoyo a la comunidad local	IDRS21	1,554	1,688	(0,134)	1,635	1,596	0,038	1,385	1,718	(0,332)
		IDRS22	1,542	1,771	(0,229)	1,833	1,462	0,372***	1,292	1,806	(0,514)**
		IDRS23	1,119	1,292	(0,173)	0,994	1,404	(0,410)	1,302	1,153	0,149
		IDRS24	1,387	1,125	0,262	1,186	1,346	(0,160)	1,052	1,361	(0,309)
		IDRS25	1,679	1,438	0,241	1,769	1,365	0,404***	1,313	1,681	(0,368)
		IDRS26	1,095	1,000	0,095	1,103	1,000	0,103	0,865	1,134	(0,270)
	Contribución a la economía nacional	IDRS31	1,542	1,500	0,042	1,699	1,346	0,353	1,292	1,625	(0,333)
		IDRS32	0,274	0,583	(0,310)	0,391	0,442	(0,051)	0,885	0,208	0,677*
		IDRS33	0,935	0,688	0,247	0,929	0,712	0,218	0,646	0,898	(0,252)
		IDRS34	1,113	0,625	0,488	1,006	0,769	0,237	0,750	0,949	(0,199)

Anexos

	IDRS35	0,673	0,583	0,089	1,013	0,250	0,763**	0,396	0,736	(0,340)
Cumplimiento de la legislación, corrupción y competencia	IDRS41	1,732	1,708	0,024	1,885	1,558	0,327**	1,781	1,694	0,087
	IDRS42	0,536	0,646	(0,110)	0,558	0,615	(0,058)	0,271	0,727	(0,456)***
	IDRS43	0,917	1,375	(0,458)	1,256	1,000	0,256	0,854	1,250	(0,396)
	IDRS44	1,458	1,313	0,146	1,494	1,288	0,205	1,167	1,491	(0,324)
	IDRS45	0,565	1,021	(0,455)***	0,763	0,788	(0,026)	1,135	0,616	0,520***
Política pública	IDRS51	1,018	1,000	0,018	1,000	1,019	(0,019)	1,125	0,958	0,167
	IDRS52	0,601	1,000	(0,399)	0,897	0,673	0,224	0,500	0,912	(0,412)
	IDRS53	0,845	0,667	0,179	0,872	0,654	0,218	0,167	1,028	(0,861)*
	IDRS54	1,446	1,688	(0,241)	1,654	1,462	0,192	1,250	1,694	(0,444)***
Actividad social a través de la actividad intermediadora	IDRS61	0,720	0,667	0,054	0,679	0,712	(0,032)	0,750	0,671	0,079
	IDRS62	0,500	0,521	(0,021)	0,442	0,577	(0,135)	0,500	0,514	(0,014)
	IDRS63	0,375	0,479	(0,104)	0,558	0,288	0,269	0,156	0,542	(0,385)***
	IDRS64	1,089	1,146	(0,057)	0,788	1,442	(0,654)**	1,063	1,139	(0,076)
	IDRS65	0,583	0,729	(0,146)	0,590	0,712	(0,122)	0,750	0,606	0,144

\*p<0,01; \*\*p<0,05; \*\*\*p<0,10.

Fuente: elaboración propia.

IDRh	Relaciones empresa / trabajador	IDRh11	1,268	1,229	0,039	1,269	1,231	0,038	1,438	1,167	0,271
		IDRh12	0,952	0,854	0,098	0,833	0,981	(0,147)	0,854	0,931	(0,076)
		IDRh13	1,042	1,250	(0,208)	1,103	1,173	(0,071)	1,125	1,144	(0,019)
		IDRh14	1,036	0,625	0,411	0,885	0,808	0,077	0,688	0,917	(0,229)
		IDRh15	0,946	1,063	(0,116)	1,173	0,827	0,346	1,135	0,940	0,196
		IDRh16	0,946	1,438	(0,491)***	1,500	0,846	0,654**	0,938	1,278	(0,340)
	Salud y seguridad	IDRh21	0,946	0,833	0,113	0,904	0,885	0,019	0,875	0,903	(0,028)
		IDRh22	1,298	1,000	0,298	1,109	1,212	(0,103)	1,177	1,153	0,024
		IDRh23	0,667	0,563	0,104	0,929	0,308	0,622**	0,208	0,801	(0,593)**
		IDRh24	1,476	1,375	0,101	1,667	1,192	0,474	1,271	1,500	(0,229)
		IDRh25	1,810	1,625	0,185	1,756	1,692	0,064	1,604	1,778	(0,174)
		IDRh26	0,000	0,167	(0,167)	0,154	0,000	0,154	0,250	0,000	0,250
		IDRh27	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000
		IDRh28	0,625	0,896	(0,271)	0,615	0,885	(0,269)	0,927	0,671	0,256
	IDRh29	1,470	1,208	0,262	1,622	1,077	0,545**	1,458	1,301	0,157	
	Formación y desarrollo profesional	IDRh31	1,667	1,438	0,229	1,583	1,538	0,045	1,563	1,560	0,002
		IDRh32	1,929	1,833	0,095	1,885	1,885	0,000	1,938	1,861	0,076
		IDRh33	1,381	1,229	0,152	1,429	1,192	0,237	1,260	1,333	(0,073)
		IDRh34	0,625	0,667	(0,042)	0,673	0,615	0,058	0,625	0,653	(0,028)
		IDRh35	1,060	1,375	(0,315)	1,333	1,077	0,256	1,354	1,139	0,215
		IDRh36	1,185	1,250	(0,065)	1,295	1,135	0,160	1,167	1,236	(0,069)
	Retribución y condiciones de trabajo	IDRh41	0,714	0,542	0,173	0,635	0,635	0,000	0,938	0,500	0,438*
		IDRh42	0,393	0,500	(0,107)	0,346	0,538	(0,192)	0,438	0,444	(0,007)
		IDRh43	1,369	1,396	(0,027)	1,436	1,327	0,109	1,333	1,403	(0,069)
		IDRh44	1,232	1,104	0,128	1,154	1,192	(0,038)	1,313	1,111	0,201
		IDRh45	0,054	0,042	0,012	0,058	0,038	0,019	0,000	0,069	(0,069)
		IDRh46	1,339	1,146	0,193	1,365	1,135	0,231	1,406	1,181	0,226
	Condiciones de contratación y despido	IDRh51	0,661	0,458	0,202	0,500	0,635	(0,135)	0,844	0,444	0,399**
		IDRh52	0,375	0,438	(0,063)	0,269	0,538	(0,269)	0,750	0,250	0,500**
		IDRh53	0,560	0,813	(0,253)	0,737	0,615	0,122	0,375	0,810	(0,435)***
IDRh54		1,333	1,146	0,188	1,359	1,135	0,224	1,115	1,306	(0,191)	
IDRh55		0,964	0,771	0,193	0,788	0,962	(0,173)	1,063	0,792	0,271	
IDRh56		1,738	1,688	0,051	1,756	1,673	0,083	1,792	1,681	0,111	
Diversidad e igualdad de oportunidades	IDRh61	1,304	1,125	0,179	1,231	1,212	0,019	1,396	1,144	0,252	
	IDRh62	1,893	1,833	0,060	1,885	1,846	0,038	2,000	1,806	0,194**	
	IDRh63	1,964	1,875	0,089	1,962	1,885	0,077	2,000	1,889	0,111**	

La Responsabilidad Social Corporativa en las Entidades Financieras de Depósito en España

Otra información	IDRh64	0,982	1,063	(0,080)	0,904	1,135	(0,231)	0,938	1,056	(0,118)
	IDRh65	1,179	1,104	0,074	1,288	1,000	0,288	0,969	1,222	(0,253)
	IDRh71	0,298	0,438	(0,140)	0,340	0,385	(0,045)	0,490	0,306	0,184
	IDRh72	0,202	0,042	0,161	0,179	0,077	0,103	0,031	0,171	(0,140)***
	IDRh73	0,464	1,000	(0,536)***	0,827	0,596	0,231	0,813	0,667	0,146
	IDRh74	0,429	0,771	(0,342)	0,769	0,404	0,365	0,344	0,694	(0,351)

\*p<0,01; \*\*p<0,05; \*\*\*p<0,10.

Fuente: elaboración propia.

IDRe	Políticas, declaraciones y sistemas de gestión ambiental	IDRe11	0,958	0,917	0,042	0,974	0,904	0,071	1,000	0,912	0,088**
		IDRe12	1,238	0,917	0,321	1,122	1,058	0,064	0,969	1,144	(0,175)
		IDRe13	0,232	0,354	(0,122)	0,308	0,269	0,038	0,281	0,292	(0,010)
		IDRe14	1,304	1,417	(0,113)	1,250	1,462	(0,212)	1,281	1,389	(0,108)
		IDRe15	1,220	1,104	0,116	1,141	1,192	(0,051)	1,208	1,148	0,060
		IDRe16	0,089	0,083	0,006	0,096	0,077	0,019	0,125	0,069	0,056
	Consumo y conservación de recursos y energía	IDRe21	2,000	1,729	0,271**	1,962	1,788	0,173	1,781	1,917	(0,135)
		IDRe22	1,220	1,375	(0,155)	1,237	1,346	(0,109)	0,906	1,463	(0,557)***
		IDRe23	1,661	1,542	0,119	1,577	1,635	(0,058)	1,813	1,514	0,299***
		IDRe24	2,000	1,708	0,292**	1,962	1,769	0,192	1,750	1,917	(0,167)
		IDRe25	1,125	1,417	(0,292)	1,135	1,385	(0,250)	1,250	1,264	(0,014)
	Emisiones, vertidos y residuos e impactos en los ecosistemas	IDRe31	1,976	1,313	0,664*	1,571	1,769	(0,199)	1,458	1,764	(0,306)
		IDRe32	1,500	1,313	0,188	1,615	1,212	0,404	1,156	1,528	(0,372)
		IDRe33	0,411	0,063	0,348***	0,269	0,231	0,038	0,031	0,347	(0,316)**
		IDRe34	1,804	1,625	0,179	1,750	1,692	0,058	1,677	1,741	(0,064)
		IDRe35	0,917	1,146	(0,229)	0,949	1,096	(0,147)	0,938	1,060	(0,123)
	Inversiones y gastos medioambientales y cumplimiento normativo	IDRe41	0,935	0,729	0,205	0,910	0,769	0,141	0,469	1,005	(0,536)***
		IDRe42	1,280	1,417	(0,137)	1,455	1,231	0,224	1,188	1,412	(0,225)
		IDRe43	0,810	0,958	(0,149)	0,987	0,769	0,218	0,979	0,833	0,146
		IDRe44	0,946	1,000	(0,054)	1,019	0,923	0,096	0,750	1,069	(0,319)***
		IDRe45	1,464	1,625	(0,161)	1,635	1,442	0,192	1,469	1,569	(0,101)
	Medioambiente, productos y servicios	IDRe51	1,083	0,604	0,479***	0,782	0,942	(0,160)	0,781	0,898	(0,117)
		IDRe52	0,935	0,500	0,435***	0,679	0,788	(0,109)	0,385	0,889	(0,503)**
		IDRe53	0,750	0,708	0,042	0,538	0,923	(0,385)***	0,625	0,778	(0,153)
		IDRe54	0,458	0,479	(0,021)	0,340	0,596	(0,256)	0,563	0,426	0,137
IDRe55		1,286	1,417	(0,131)	1,269	1,423	(0,154)	1,167	1,426	(0,259)	

\*p<0,01; \*\*p<0,05; \*\*\*p<0,10.

Fuente: elaboración propia.

Anexos

Comparativa de ítems en función de la presencia internacional de las EE.FF.D.

			Internacionalización					Internacionalización				
			SI	NO	Diferencia			SI	NO	Diferencia		
IDRc	Consumo ético	IDRc11	1,667	1,372	0,294***	IDRS	Políticas, declaraciones y sistemas de gestión social	IDRS11	0,977	0,933	0,044	
		IDRc12	0,924	0,989	(0,065)			IDRS12	0,811	0,772	0,038	
		IDRc13	0,765	1,089	(0,324)***			IDRS13	1,402	1,472	(0,071)	
		IDRc14	1,182	1,556	(0,374)			IDRS14	1,220	1,533	(0,314)***	
		IDRc15	0,500	0,989	(0,489)**			IDRS15	0,000	0,067	(0,067)	
		IDRc16	0,477	1,167	(0,689)*			Actividades de apoyo a la comunidad local	IDRS21	1,697	1,556	0,141
		IDRc17	0,515	1,367	(0,852)*				IDRS22	1,795	1,539	0,257
		IDRc18	0,992	1,478	(0,485)**				IDRS23	1,114	1,261	(0,147)
	Satisfacción del cliente y calidad del servicio prestado	IDRc21	0,788	1,061	(0,273)		IDRS24		1,318	1,228	0,090	
		IDRc22	1,288	1,261	0,027		IDRS25		1,591	1,550	0,041	
		IDRc23	0,614	0,883	(0,270)		IDRS26		1,129	0,994	0,134	
		IDRc24	1,470	1,472	(0,003)		Contribución a la economía nacional	IDRS31	1,273	1,706	(0,433)***	
		IDRc25	1,705	1,600	0,105			IDRS32	0,500	0,356	0,144	
		IDRc26	0,856	1,150	(0,294)			IDRS33	0,788	0,844	(0,057)	
	Seguridad de los clientes y confidencialidad	IDRc31	1,023	1,228	(0,205)		IDRS34	0,530	1,150	(0,620)***		
		IDRc32	0,636	1,100	(0,464)		IDRS35	0,727	0,561	0,166		
		IDRc33	0,773	1,289	(0,516)**		Cumplimiento de la legislación, corrupción y competencia	IDRS41	1,659	1,767	(0,108)	
	Inclusión clientes	IDRc41	0,500	0,961	(0,461)***			IDRS42	0,167	0,894	(0,728)*	
		IDRc42	1,121	1,222	(0,101)			IDRS43	0,864	1,322	(0,459)	
		IDRc43	1,356	1,278	0,078			IDRS44	1,098	1,606	(0,507)***	
		IDRc44	0,636	1,072	(0,436)***			IDRS45	0,758	0,789	(0,031)	
		IDRc45	1,303	1,372	(0,069)		Política pública	IDRS51	0,909	1,083	(0,174)	
	Otra información	IDRc51	0,818	1,500	(0,682)**			IDRS52	0,697	0,850	(0,153)	
		IDRc52	0,818	0,967	(0,148)			IDRS53	0,864	0,689	0,175	
		IDRc53	0,871	1,017	(0,145)			IDRS54	1,545	1,567	(0,021)	
		IDRc54	0,386	0,800	(0,414)		Actividad social a través de la actividad intermediadora	IDRS61	0,780	0,633	0,147	
					IDRS62			0,364	0,617	(0,253)		
					IDRS63			0,295	0,517	(0,221)		
					IDRS64			1,159	1,083	0,076		
					IDRS65			0,902	0,467	0,435**		

\*p<0,01; \*\*p<0,05; \*\*\*p<0,10.

Fuente: elaboración propia.

IDRh	Relaciones empresa / trabajador	IDRh11	1,500	1,067	0,433**	IDRe	Políticas, declaraciones y sistemas de gestión ambiental	IDRe11	0,970	0,917	0,053	
		IDRh12	0,932	0,889	0,043			IDRe12	1,144	1,050	0,094	
		IDRh13	1,303	1,017	0,286			IDRe13	0,341	0,250	0,091	
		IDRh14	0,977	0,750	0,227			IDRe14	1,477	1,267	0,211	
		IDRh15	1,015	0,989	0,026			IDRe15	1,333	1,044	0,289	
		IDRh16	1,205	1,150	0,055			IDRe16	0,091	0,083	0,008	
	Salud y seguridad	IDRh21	0,818	0,950	(0,132)		Consumo y conservación de recursos y energía	IDRe21	1,795	1,933	(0,138)	
		IDRh22	1,114	1,194	(0,081)			IDRe22	1,326	1,267	0,059	
		IDRh23	0,902	0,411	0,490***			IDRe23	1,682	1,550	0,132	
		IDRh24	1,045	1,711	(0,666)**			IDRe24	1,773	1,933	(0,161)	
		IDRh25	1,500	1,889	(0,389)**			IDRe25	1,455	1,117	0,338	
		IDRh26	0,000	0,133	(0,133)			Emisiones, vertidos	IDRe31	1,636	1,694	(0,058)

La Responsabilidad Social Corporativa en las Entidades Financieras de Depósito en España

		IDRh27	0,000	0,000	0,000		y residuos e impactos en los ecosistemas	IDRe32	1,273	1,517	(0,244)
		IDRh28	0,667	0,811	(0,144)			IDRe33	0,068	0,383	(0,315)***
		IDRh29	1,174	1,478	(0,304)			IDRe34	1,553	1,844	(0,291)**
		Formación y desarrollo profesional	IDRh31	1,621	1,517			0,105	Inversiones y gastos medioambientales y cumplimiento normativo	IDRe35	1,280
IDRh32	1,909		1,867	0,042	IDRe41	0,894	0,800	0,094			
IDRh33	1,182		1,406	(0,224)	IDRe42	1,424	1,283	0,141			
IDRh34	0,568		0,700	(0,132)	IDRe43	0,955	0,822	0,132			
IDRh35	1,455		1,022	0,432	IDRe44	1,114	0,867	0,247			
IDRh36	1,318		1,139	0,179	IDRe45	1,045	1,900	(0,855)*			
Retribución y condiciones de trabajo	IDRh41	0,795	0,517	0,279	Medioambiente, productos y servicios	IDRe51	1,038	0,733	0,305		
	IDRh42	0,727	0,233	0,494**		IDRe52	0,523	0,889	(0,366)		
	IDRh43	1,477	1,311	0,166		IDRe53	0,955	0,567	0,388***		
	IDRh44	1,386	1,017	0,370**		IDRe54	0,902	0,150	0,752*		
	IDRh45	0,045	0,050	(0,005)		IDRe55	1,788	1,022	0,766*		
	IDRh46	1,000	1,433	(0,433)							
Condiciones de contratación y despido	IDRh51	0,500	0,617	(0,117)							
	IDRh52	0,636	0,233	0,403***							
	IDRh53	0,735	0,633	0,102							
	IDRh54	1,205	1,278	(0,073)							
	IDRh55	0,773	0,950	(0,177)							
	IDRh56	1,636	1,772	(0,136)							
Diversidad e igualdad de oportunidades	IDRh61	1,280	1,178	0,103							
	IDRh62	1,818	1,900	(0,082)							
	IDRh63	1,909	1,933	(0,024)							
	IDRh64	1,068	0,983	0,085							
	IDRh65	1,045	1,217	(0,171)							
Otra información	IDRh71	0,409	0,328	0,081							
	IDRh72	0,189	0,083	0,106							
	IDRh73	1,000	0,500	0,500***							
	IDRh74	0,568	0,600	(0,032)							

\*p<0,01; \*\*p<0,05; \*\*\*p<0,10.

Fuente: elaboración propia.

Comparativa de ítems en función “otros” criterios (la importancia de la RSC dentro de la estructura organizativa de la empresa, necesidad de ayuda estatal y el tamaño de la empresa de auditoría que examina los informes y cuentas públicas anuales).

		RSC en el organigrama			Ayuda estatal			Tamaño auditora			
		SI	NO	Diferencia	SI	NO	Dif.	SI	NO	Dif.	
IDRc	Consumo ético	IDRc11	1,603	1,391	0,212	1,521	1,476	0,045	1,625	1,347	0,278***
		IDRc12	0,840	1,083	(0,244)	1,083	0,857	0,226	1,036	0,875	0,161
		IDRc13	0,974	0,929	0,045	1,250	0,696	0,554*	0,893	1,021	(0,128)
		IDRc14	1,442	1,353	0,090	1,479	1,327	0,152	1,250	1,569	(0,319)
		IDRc15	0,788	0,776	0,013	0,917	0,667	0,250	0,839	0,715	0,124
		IDRc16	0,865	0,885	(0,019)	1,104	0,679	0,426***	0,786	0,979	(0,193)
		IDRc17	0,859	1,154	(0,295)	1,333	0,726	0,607**	0,571	1,514	(0,942)*
		IDRc18	1,244	1,301	(0,058)	1,396	1,167	0,229	1,125	1,444	(0,319)
	Satisfacción del cliente y calidad del	IDRc21	0,859	1,032	(0,173)	1,146	0,774	0,372***	1,018	0,861	0,157
		IDRc22	1,474	1,071	0,404	1,250	1,292	(0,042)	1,554	0,944	0,609**

## Anexos

	servicio prestado	IDRc23	0,596	0,942	(0,346)	1,083	0,500	0,583**	0,714	0,833	(0,119)
		IDRc24	1,686	1,256	0,429***	1,500	1,446	0,054	1,661	1,250	0,411***
		IDRc25	1,827	1,462	0,365***	1,667	1,625	0,042	1,768	1,500	0,268
		IDRc26	0,821	1,231	(0,410)***	1,083	0,976	0,107	0,857	1,222	(0,365)
	Seguridad de los clientes y confidencialidad	IDRc31	1,096	1,186	(0,090)	1,146	1,137	0,009	1,232	1,035	0,197
		IDRc32	0,808	1,000	(0,192)	1,083	0,750	0,333	0,571	1,292	(0,720)**
		IDRc33	1,135	1,006	0,128	1,104	1,042	0,063	1,089	1,049	0,041
	Inclusión clientes	IDRc41	0,596	0,936	(0,340)	1,000	0,565	0,435***	0,839	0,681	0,159
		IDRc42	0,949	1,410	(0,462)***	1,354	1,030	0,324	1,143	1,222	(0,079)
		IDRc43	1,263	1,359	(0,096)	1,458	1,185	0,274	1,446	1,153	0,294
		IDRc44	0,981	0,795	0,186	1,104	0,702	0,402	0,732	1,069	(0,337)
	Otra información	IDRc45	1,295	1,391	(0,096)	1,229	1,440	(0,211)***	1,321	1,368	(0,047)
		IDRc51	1,308	1,115	0,192	1,167	1,250	(0,083)	1,107	1,333	(0,226)
		IDRc52	0,904	0,904	0,000	1,146	0,696	0,449***	0,911	0,896	0,015
		IDRc53	0,949	0,962	(0,013)	1,250	0,702	0,548**	0,857	1,069	(0,212)
			IDRc54	0,558	0,692	(0,135)	0,750	0,518	0,232	0,607	0,646

\*p<0,01; \*\*p<0,05; \*\*\*p<0,10.

Fuente: elaboración propia.

IDRS	Políticas, declaraciones y sistemas de gestión social	IDRS11	1,000	0,904	0,096***	0,875	1,018	(0,143)*	0,946	0,958	(0,012)
		IDRS12	0,878	0,699	0,179	0,917	0,679	0,238	0,821	0,750	0,071
		IDRS13	1,571	1,314	0,256	1,583	1,321	0,262	1,429	1,458	(0,030)
		IDRS14	1,609	1,192	0,417	1,438	1,369	0,068	1,339	1,472	(0,133)
		IDRS15	0,058	0,019	0,038	0,063	0,018	0,045	0,018	0,063	(0,045)
	Actividades de apoyo a la comunidad local	IDRS21	1,667	1,564	0,103**	1,708	1,536	0,173	1,679	1,542	0,137
		IDRS22	1,731	1,564	0,167	1,854	1,470	0,384***	1,696	1,590	0,106
		IDRS23	1,423	0,974	0,449	1,396	1,030	0,366	1,232	1,160	0,072
		IDRS24	1,154	1,378	(0,224)	1,313	1,226	0,086	1,250	1,285	(0,035)
		IDRS25	1,538	1,596	(0,058)	1,521	1,607	(0,086)	1,375	1,792	(0,417)**
		IDRS26	1,186	0,917	0,269	1,063	1,042	0,021	1,161	0,924	0,237
	Contribución a la economía nacional	IDRS31	1,558	1,487	0,071	1,563	1,488	0,074	1,321	1,757	(0,436)***
		IDRS32	0,423	0,410	0,013	0,146	0,649	(0,503)**	0,571	0,236	0,335
		IDRS33	1,013	0,628	0,385	0,896	0,756	0,140	0,804	0,840	(0,037)
		IDRS34	0,968	0,808	0,160	0,896	0,881	0,015	0,411	1,444	(1,034)*
		IDRS35	0,596	0,667	(0,071)	0,688	0,583	0,104	0,554	0,722	(0,169)
	Cumplimiento de la legislación, corrupción y competencia	IDRS41	1,788	1,654	0,135	1,750	1,696	0,054	1,679	1,771	(0,092)
		IDRS42	0,718	0,455	0,263	0,854	0,357	0,497***	0,393	0,813	(0,420)
		IDRS43	1,192	1,064	0,128	1,458	0,845	0,613***	0,893	1,403	(0,510)
		IDRS44	1,353	1,429	(0,077)	1,396	1,387	0,009	1,214	1,597	(0,383)
		IDRS45	0,776	0,776	0,000	0,792	0,762	0,030	0,750	0,806	(0,056)
	Política pública	IDRS51	1,058	0,962	0,096	0,938	1,071	(0,134)	0,911	1,125	(0,214)
		IDRS52	0,936	0,635	0,301	1,000	0,601	0,399	0,750	0,826	(0,076)
		IDRS53	0,846	0,679	0,167	0,875	0,667	0,208	0,607	0,944	(0,337)
		IDRS54	1,635	1,481	0,154	1,625	1,500	0,125	1,464	1,667	(0,202)
	Actividad social a través de la actividad intermediadora	IDRS61	0,949	0,442	0,506**	0,625	0,756	(0,131)	0,839	0,528	0,312
		IDRS62	0,558	0,462	0,096	0,667	0,375	0,292***	0,554	0,458	0,095
IDRS63		0,577	0,269	0,308	0,792	0,107	0,685*	0,429	0,417	0,012	
IDRS64		1,442	0,788	0,654**	1,375	0,893	0,482	1,321	0,875	0,446	
IDRS65		0,878	0,423	0,455*	0,583	0,708	(0,125)	0,875	0,389	0,486*	

\*p<0,01; \*\*p<0,05; \*\*\*p<0,10.

Fuente: elaboración propia.

La Responsabilidad Social Corporativa en las Entidades Financieras de Depósito en España

IDRh	Relaciones empresa / trabajador	IDRh11	1,327	1,173	0,154	0,917	1,536	(0,619)*	1,357	1,125	0,232
		IDRh12	0,942	0,872	0,071	0,938	0,881	0,057	1,071	0,715	0,356
		IDRh13	1,199	1,077	0,122	1,167	1,113	0,054	1,321	0,924	0,398
		IDRh14	0,981	0,712	0,269	0,813	0,875	(0,063)	0,679	1,042	(0,363)
		IDRh15	1,051	0,949	0,103	0,833	1,143	(0,310)	0,982	1,021	(0,039)
		IDRh16	1,173	1,173	0,000	1,458	0,929	0,530**	1,214	1,125	0,089
	Salud y seguridad	IDRh21	0,962	0,827	0,135	0,917	0,875	0,042	0,893	0,896	(0,003)
		IDRh22	1,212	1,109	0,103	1,021	1,280	(0,259)	1,161	1,160	0,001
		IDRh23	0,686	0,551	0,135	0,750	0,506	0,244	0,393	0,882	(0,489)***
		IDRh24	1,500	1,359	0,141	1,542	1,333	0,208	1,179	1,722	(0,544)***
		IDRh25	1,846	1,603	0,244	1,667	1,774	(0,107)	1,607	1,861	(0,254)
		IDRh26	0,154	0,000	0,154	0,000	0,143	(0,143)	0,143	0,000	0,143
		IDRh27	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000
		IDRh28	0,737	0,763	(0,026)	0,875	0,643	0,232	0,679	0,833	(0,155)
	Formación y desarrollo profesional	IDRh29	1,455	1,244	0,212	1,271	1,417	(0,146)	1,107	1,632	(0,525)***
		IDRh31	1,622	1,500	0,122	1,458	1,649	(0,190)	1,589	1,528	0,062
		IDRh32	1,923	1,846	0,077	1,792	1,964	(0,173)***	1,893	1,875	0,018
		IDRh33	1,442	1,179	0,263	1,229	1,381	(0,152)	1,232	1,403	(0,171)
		IDRh34	0,846	0,442	0,404	0,500	0,768	(0,268)	0,661	0,625	0,036
		IDRh35	1,192	1,218	(0,026)	1,083	1,310	(0,226)	1,393	0,986	0,407
		IDRh36	1,154	1,276	(0,122)	1,063	1,345	(0,283)	1,429	0,965	0,463
	Retribución y condiciones de trabajo	IDRh41	0,654	0,615	0,038	0,417	0,821	(0,405)**	0,786	0,458	0,327***
		IDRh42	0,500	0,385	0,115	0,458	0,429	0,030	0,607	0,250	0,357
		IDRh43	1,404	1,359	0,045	1,438	1,333	0,104	1,464	1,285	0,180
		IDRh44	1,173	1,173	0,000	0,979	1,339	(0,360)**	1,339	0,979	0,360**
		IDRh45	0,058	0,038	0,019	0,042	0,054	(0,012)	0,054	0,042	0,012
		IDRh46	1,231	1,269	(0,038)	1,104	1,375	(0,271)	1,018	1,521	(0,503)***
	Condiciones de contratación y despido	IDRh51	0,538	0,596	(0,058)	0,417	0,696	(0,280)	0,571	0,563	0,009
		IDRh52	0,538	0,269	0,269	0,146	0,625	(0,479)**	0,518	0,271	0,247
		IDRh53	0,545	0,808	(0,263)	1,042	0,363	0,679*	0,607	0,757	(0,150)
		IDRh54	1,346	1,147	0,199	1,188	1,298	(0,110)	1,161	1,347	(0,187)
		IDRh55	0,769	0,981	(0,212)	0,875	0,875	0,000	0,875	0,875	0,000
		IDRh56	1,846	1,583	0,263	1,688	1,738	(0,051)	1,679	1,757	(0,078)
	Diversidad e igualdad de oportunidades	IDRh61	1,410	1,032	0,378	1,125	1,304	(0,179)	1,357	1,063	0,295
		IDRh62	1,962	1,769	0,192***	1,833	1,893	(0,060)	1,893	1,833	0,060
		IDRh63	2,000	1,846	0,154**	1,875	1,964	(0,089)	1,929	1,917	0,012
IDRh64		1,135	0,904	0,231	1,104	0,946	0,158	1,036	1,000	0,036	
IDRh65		1,385	0,904	0,481	1,188	1,107	0,080	1,071	1,229	(0,158)	
Otra información	IDRh71	0,365	0,359	0,006	0,354	0,369	(0,015)	0,393	0,326	0,066	
	IDRh72	0,103	0,154	(0,051)	0,104	0,149	(0,045)	0,107	0,153	(0,046)	
	IDRh73	0,962	0,462	0,500***	0,833	0,607	0,226	0,911	0,479	0,432	
	IDRh74	0,558	0,615	(0,058)	0,833	0,375	0,458***	0,607	0,563	0,045	

\*p<0,01; \*\*p<0,05; \*\*\*p<0,10.

Fuente: elaboración propia.

IDRe	Políticas, declaraciones y sistemas de gestión ambiental	IDRe11	0,936	0,942	(0,006)	0,896	0,976	(0,080)	0,946	0,931	0,016
		IDRe12	1,237	0,942	0,295	1,063	1,113	(0,051)	1,036	1,153	(0,117)
		IDRe13	0,385	0,192	0,192	0,417	0,179	0,238***	0,321	0,250	0,071
		IDRe14	1,538	1,173	0,365	1,604	1,143	0,461***	1,571	1,104	0,467***
		IDRe15	1,436	0,897	0,538**	1,208	1,131	0,077	1,250	1,069	0,181
		IDRe16	0,096	0,077	0,019	0,083	0,089	(0,006)	0,089	0,083	0,006
	Consumo y	IDRe21	1,962	1,788	0,173	1,771	1,964	(0,193)***	1,804	1,958	(0,155)

## Anexos

conservación de recursos y energía	IDRe22	1,333	1,250	0,083	1,625	1,006	0,619**	1,464	1,090	0,374
	IDRe23	1,596	1,615	(0,019)	1,479	1,714	(0,235)	1,679	1,521	0,158
	IDRe24	1,962	1,769	0,192	1,750	1,964	(0,214)	1,786	1,958	(0,173)
	IDRe25	1,250	1,269	(0,019)	1,292	1,232	0,060	1,393	1,104	0,289
Emisiones, vertidos y residuos e impactos en los ecosistemas	IDRe31	1,808	1,532	0,276	1,521	1,798	(0,277)	1,536	1,826	(0,291)
	IDRe32	1,577	1,250	0,327	1,354	1,464	(0,110)	1,393	1,438	(0,045)
	IDRe33	0,404	0,096	0,308	0,333	0,179	0,155	0,339	0,146	0,193
	IDRe34	1,718	1,724	(0,006)	1,646	1,786	(0,140)	1,679	1,771	(0,092)
	IDRe35	1,026	1,019	0,006	1,104	0,952	0,152	1,161	0,861	0,300
Inversiones y gastos medioambientales y cumplimiento normativo	IDRe41	1,045	0,635	0,410	0,958	0,738	0,220	0,768	0,924	(0,156)
	IDRe42	1,301	1,385	(0,083)	1,458	1,244	0,214	1,429	1,243	0,186
	IDRe43	1,019	0,737	0,282	0,833	0,917	(0,083)	0,893	0,861	0,032
	IDRe44	1,096	0,846	0,250	1,167	0,804	0,363**	1,089	0,833	0,256
Medioambiente, productos y servicios	IDRe45	1,577	1,500	0,077	1,667	1,429	0,238	1,429	1,667	(0,238)
	IDRe51	1,282	0,442	0,840*	0,875	0,851	0,024	1,071	0,618	0,453***
	IDRe52	0,654	0,814	(0,160)	0,771	0,702	0,068	0,589	0,903	(0,313)
	IDRe53	0,827	0,635	0,192	0,792	0,679	0,113	0,875	0,563	0,313
	IDRe54	0,647	0,288	0,359	0,333	0,583	(0,250)	0,625	0,285	0,340
	IDRe55	1,321	1,372	(0,051)	1,354	1,339	0,015	1,482	1,188	0,295

\*p<0,01; \*\*p<0,05; \*\*\*p<0,10.

Fuente: elaboración propia.





***Anexo 16. Porcentajes de divulgación de ítems: comparativa entre determinantes de contenido por coeficientes de contingencia***



## Anexos

Anexo 16. Porcentajes de divulgación de ítems: comparativa entre determinantes de contenido por coeficientes de contingencia.

### Naturaleza jurídica

#### Clientes

Final	IDRc17		IDRc18		IDRc44		IDRc54	
	Si	No	Si	No	Si	No	Si	No
Bancos	0,00%	100,00%	16,67%	83,33%	16,67%	83,33%	83,33%	16,67%
CC.AA. Y CC.CC.	60,00%	40,00%	55,00%	45,00%	60,00%	40,00%	10,00%	90,00%
Total	46,15%	53,85%	46,15%	53,85%	50,00%	50,00%	26,92%	73,08%
C.C.	0,452	0,01	0,308	0,099	0,308	0,099	0,572	0

#### Comunidad

Final	IDRS14		IDRS25		IDRS32		IDRS65	
	Si	No	Si	No	Si	No	Si	No
Bancos	66,67%	33,33%	33,33%	66,67%	66,67%	33,33%	100,00%	0,00%
CC.AA. Y CC.CC.	100,00%	0,00%	75,00%	25,00%	15,00%	85,00%	60,00%	40,00%
Total	92,31%	7,69%	65,38%	34,62%	26,92%	73,08%	69,23%	30,77%
C.C.	0,466	0,07	0,346	0,06	0,441	0,012	0,343	0,063

### Empleados

Final	IDRh21		IDRh22		IDRh31		IDRh44		IDRh65	
	Si	No	Si	No	Si	No	Si	No	Si	No
Bancos	66,67%	33,33%	66,67%	33,33%	83,33%	16,67%	66,67%	33,33%	16,67%	83,33%
CC.AA. Y CC.CC.	95,00%	5,00%	100,00%	0,00%	100,00%	0,00%	95,00%	5,00%	70,00%	30,00%
Total	88,46%	11,54%	92,31%	7,69%	96,15%	3,85%	88,46%	11,54%	57,69%	42,31%
C.C.	0,35	0,057	0,466	0,007	0,343	0,063	0,35	0,057	0,414	0,02

### Medioambiente

Final	IDRe21		IDRe25		IDRe34		IDRe52		IDRe54	
	Si	No	Si	No	Si	No	Si	No	Si	No
Bancos	83,33%	16,67%	100,00%	0,00%	50,00%	50,00%	0,00%	100,00%	66,67%	33,33%
CC.AA. Y CC.CC.	100,00%	0,00%	65,00%	35,00%	95,00%	5,00%	55,00%	45,00%	25,00%	75,00%
Total	96,15%	3,85%	73,08%	26,92%	84,62%	15,38%	42,31%	57,69%	34,62%	65,38%
C.C.	0,343	0,063	0,315	0,09	0,465	0,007	0,425	0,017	0,346	0,06

La Responsabilidad Social Corporativa en las Entidades Financieras de Depósito en España

Tamaño

Clientes

Final								
	IDRc11		IDRc16		IDRc17		IDRc18	
	Si	No	Si	No	Si	No	Si	No
Grandes	100,00%	0,00%	14,29%	85,71%	0,00%	100,00%	14,29%	85,71%
Medianas	33,33%	66,67%	66,67%	33,33%	44,44%	55,56%	33,33%	66,67%
Pequeñas	50,00%	50,00%	70,00%	30,00%	80,00%	20,00%	80,00%	20,00%
Total	57,69%	42,31%	53,85%	46,15%	46,15%	53,85%	46,15%	53,85%
C.C.	0,475	0,023	0,435	0,048	0,539	0,005	0,487	0,018
	IDRc26		IDRc31		IDRc32			
	Si	No	Si	No	Si	No		
Grandes	71,43%	28,57%	57,14%	42,86%	14,29%	85,71%		
Medianas	44,44%	55,56%	100,00%	0,00%	55,56%	44,44%		
Pequeñas	100,00%	0,00%	90,00%	10,00%	80,00%	20,00%		
Total	73,08%	26,92%	84,62%	15,38%	53,85%	46,15%		
C.C.	0,472	0,024	0,431	0,052	0,465	0,028		

Comunidad

Final										
	IDRS14		IDRS32		IDRS34		IDRS35		IDRS42	
	Si	No	Si	No	Si	No	Si	No	Si	No
Grandes	71,43%	28,57%	71,43%	28,57%	14,29%	85,71%	14,29%	85,71%	14,29%	85,71%
Medianas	100,00%	0,00%	11,11%	88,89%	66,67%	33,33%	66,67%	33,33%	22,22%	77,78%
Pequeñas	100,00%	0,00%	10,00%	90,00%	70,00%	30,00%	10,00%	90,00%	60,00%	40,00%
Total	92,31%	7,69%	26,92%	73,08%	53,85%	46,15%	30,77%	69,23%	34,62%	65,38%
C.C.	0,429	0,053	0,52	0,008	0,435	0,048	0,493	0,015	0,393	0,094
	IDRS65									
	Si	No								
Grandes	100,00%	0,00%								
Medianas	77,78%	22,22%								
Pequeñas	40,00%	60,00%								
Total	69,23%	30,77%								
C.C.	0,471	0,024								

Empleados

Final										
	IDRh14		IDRh22		IDRh29		IDRh56		IDRh73	
	Si	No	Si	No	Si	No	Si	No	Si	No
Grandes	42,86%	57,14%	71,43%	28,57%	14,29%	85,71%	57,14%	42,86%	57,14%	42,86%
Medianas	77,78%	22,22%	100,00%	0,00%	100,00%	0,00%	100,00%	0,00%	100,00%	0,00%
Pequeñas	20,00%	80,00%	100,00%	0,00%	60,00%	40,00%	90,00%	10,00%	90,00%	10,00%
Total	46,15%	53,85%	92,31%	7,69%	61,54%	38,46%	84,62%	15,38%	84,62%	15,38%
C.C.	0,445	0,041	0,429	0,053	0,566	0,002	0,431	0,052	0,527	0,007

## Anexos

### Medioambiente

Final								
	IDRe11		IDRe24		IDRe32		IDRe34	
	Si	No	Si	No	Si	No	Si	No
Grandes	100,00%	0,00%	71,43%	28,57%	42,86%	57,14%	42,86%	57,14%
Medianas	100,00%	0,00%	100,00%	0,00%	100,00%	0,00%	100,00%	0,00%
Pequeñas	70,00%	30,00%	100,00%	0,00%	70,00%	30,00%	100,00%	0,00%
Total	88,46%	11,54%	92,31%	7,69%	73,08%	26,92%	84,62%	15,38%
C.C.	0,416	0,066	0,429	0,053	0,45	0,037	0,575	0,002
	IDRe43		IDRe45		IDRe52		IDRe55	
	Si	No	Si	No	Si	No	Si	No
Grandes	85,71%	14,29%	57,14%	42,86%	14,29%	85,71%	100,00%	0,00%
Medianas	88,89%	11,11%	88,89%	11,11%	22,22%	77,78%	66,67%	33,33%
Pequeñas	40,00%	60,00%	100,00%	0,00%	80,00%	20,00%	50,00%	50,00%
Total	69,23%	30,77%	84,62%	15,38%	42,31%	57,69%	69,23%	30,77%
C.C.	0,448	0,038	0,433	0,05	0,519	0,008	0,397	0,087

### Riesgo (Morosidad)

#### Cientes

Final								
	IDRc11		IDRc13		IDRc21		IDRc42	
	Si	No	Si	No	Si	No	Si	No
Morosidad < Media	42,86%	57,14%	64,29%	35,71%	7,14%	92,86%	35,71%	64,29%
Morosidad > Media	75,00%	25,00%	91,67%	8,33%	66,67%	33,33%	83,33%	16,67%
Total	57,69%	42,31%	76,92%	23,08%	34,62%	65,38%	57,69%	42,31%
C.C.	0,309	0,098	0,308	0,099	0,529	0,001	0,433	0,014
	IDRc43		IDRc45					
	Si	No	Si	No				
Morosidad < Media								
Morosidad > Media	35,71%	64,29%	35,71%	64,29%				
Total	83,33%	16,67%	75,00%	25,00%				
C.C.	57,69%	42,31%	53,85%	46,15%				
	0,433	0,014	0,366	0,045				

#### Comunidad

Final										
	IDRS22		IDRS26		IDRS34		IDRS43		IDRS54	
	Si	No	Si	No	Si	No	Si	No	Si	No
Morosidad < Media	78,57%	21,43%	92,86%	7,14%	71,43%	28,57%	21,43%	78,57%	78,57%	21,43%
Morosidad > Media	100,00%	0,00%	66,67%	33,33%	33,33%	66,67%	66,67%	33,33%	100,00%	0,00%
Total	88,46%	11,54%	80,77%	19,23%	53,85%	46,15%	42,31%	57,69%	88,46%	11,54%
C.C.	0,317	0,088	0,314	0,091	0,356	0,052	0,415	0,02	0,317	0,088

## La Responsabilidad Social Corporativa en las Entidades Financieras de Depósito en España

### Empleo

Final				
	IDRh35		IDRh72	
	Si	No	Si	No
Morosidad < Media	42,86%	57,14%	35,71%	64,29%
Morosidad > Media	75,00%	25,00%	8,33%	91,67%
Total	57,69%	42,31%	23,08%	76,92%
C.C.	0,309	0,098	0,308	0,099

### Medioambiente

Final						
	IDRe14		IDRe25		IDRe31	
	Si	No	Si	No	Si	No
Morosidad < Media	64,29%	35,71%	42,86%	57,14%	100,00%	0,00%
Morosidad > Media	91,67%	8,33%	8,33%	91,67%	66,67%	33,33%
Total	76,92%	23,08%	26,92%	73,08%	84,62%	15,38%
C.C.	0,308	0,099	0,362	0,048	0,418	0,019
	IDRe33		IDRe42		IDRe51	
	Si	No	Si	No	Si	No
Morosidad < Media	35,71%	64,29%	78,57%	21,43%	78,57%	21,43%
Morosidad > Media	8,33%	91,67%	100,00%	0,00%	33,33%	66,67%
Total	23,08%	76,92%	88,46%	11,54%	57,69%	42,31%
C.C.	0,308	0,099	0,317	0,088	0,415	0,02

### Dualidad del consejo de administración

### Clientes

Final								
	IDRc11		IDRc23		IDRc25		IDRc54	
	Si	No	Si	No	Si	No	Si	No
Dual	38,46%	61,54%	15,38%	84,62%	100,00%	0,00%	0,00%	100,00%
No Dual	76,92%	23,08%	53,85%	46,15%	76,92%	23,08%	53,85%	46,15%
Total	57,69%	42,31%	34,62%	65,38%	88,46%	11,54%	26,92%	73,08%
C.C.	0,363	0,047	0,375	0,039	0,34	0,066	0,519	0,002

### Comunidad

Final										
	IDRS22		IDRS23		IDRS25		IDRS35		IDRS64	
	Si	No	Si	No	Si	No	Si	No	Si	No
Dual	100,00%	0,00%	53,85%	46,15%	84,62%	15,38%	46,15%	53,85%	38,46%	61,54%
No Dual	76,92%	23,08%	84,62%	15,38%	46,15%	53,85%	15,38%	84,62%	76,92%	23,08%
Total	88,46%	11,54%	69,23%	30,77%	65,38%	34,62%	30,77%	69,23%	57,69%	42,31%
C.C.	0,34	0,066	0,316	0,089	0,375	0,039	0,316	0,089	0,363	0,047

## Anexos

### Empleados

Final						
	IDRh16		IDRh22		IDRh29	
	Si	No	Si	No	Si	No
Dual	76,92%	23,08%	61,54%	38,46%	84,62%	15,38%
No Dual	38,46%	61,54%	15,38%	84,62%	38,46%	61,54%
Total	57,69%	42,31%	38,46%	61,54%	61,54%	38,46%
C.C.	0,363	0,047	0,429	0,016	0,429	0,016

### Medioambiente

Final				
	IDRe11		IDRe12	
	Si	No	Si	No
Dual	100,00%	0,00%	84,62%	15,38%
No Dual	76,92%	23,08%	53,85%	46,15%
Total	88,46%	11,54%	69,23%	30,77%
C.C.	0,34	0,066	0,316	0,089

### Paridad del consejo de administración

#### Clientes

Final				
	IDRc12		IDRc32	
	Si	No	Si	No
Par	77,78%	22,22%	66,67%	33,33%
No Par	37,50%	62,50%	25,00%	75,00%
Total	65,38%	34,62%	53,85%	46,15%
C.C.	0,364	0,046	0,36	0,049

### Comunidad

Final				
	IDRS31		IDRS32	
	Si	No	Si	No
Par	94,44%	5,56%	16,67%	83,33%
No Par	50,00%	50,00%	50,00%	50,00%
Total	80,77%	19,23%	26,92%	73,08%
C.C.	0,462	0,008	0,328	0,077

### Empleados

Final						
	IDRh22		IDRh23		IDRh41	
	Si	No	Si	No	Si	No
Par	100,00%	0,00%	50,00%	50,00%	50,00%	50,00%
No Par	75,00%	25,00%	12,50%	87,50%	87,50%	12,50%
Total	92,31%	7,69%	38,46%	61,54%	61,54%	38,46%
C.C.	0,397	0,027	0,335	0,07	0,335	0,07



## La Responsabilidad Social Corporativa en las Entidades Financieras de Depósito en España

### Medioambiente

Final						
	IDRe24		IDRe31		IDRe53	
	Si	No	Si	No	Si	No
Par	100,00%	0,00%	94,44%	5,56%	72,22%	27,78%
No Par	75,00%	25,00%	62,50%	37,50%	12,50%	87,50%
Total	92,31%	7,69%	84,62%	15,38%	53,85%	46,15%
C.C.	0,397	0,027	0,378	0,037	0,484	0,005

### Internacionalización

#### Clientes

Final										
	IDRc11		IDRc16		IDRc17		IDRc18		IDRc23	
	Si	No	Si	No	Si	No	Si	No	Si	No
Inter	81,82%	18,18%	27,27%	72,73%	18,18%	81,82%	18,18%	81,82%	54,55%	45,45%
No Inter	40,00%	60,00%	73,33%	26,67%	66,67%	33,33%	66,67%	33,33%	20,00%	80,00%
Total	57,69%	42,31%	53,85%	46,15%	46,15%	53,85%	46,15%	53,85%	34,62%	65,38%
C.C.	0,386	0,033	0,415	0,02	0,433	0,014	0,433	0,014	0,338	0,067
	IDRc33		IDRc43		IDRc45		IDRc52		IDRc54	
	Si	No	Si	No	Si	No	Si	No	Si	No
Inter	45,45%	54,55%	81,82%	18,18%	81,82%	18,18%	45,45%	54,55%	45,45%	54,55%
No Inter	80,00%	20,00%	40,00%	60,00%	33,33%	66,67%	13,33%	86,67%	13,33%	86,87%
Total	65,38%	34,62%	57,69%	42,31%	53,85%	46,15%	26,92%	73,08%	26,92%	73,08%
C.C.	0,338	0,067	0,386	0,033	0,433	0,014	0,337	0,068	0,337	0,068

#### Comunidad

Final										
	IDRS14		IDRS32		IDRS34		IDRS42		IDRS65	
	Si	No	Si	No	Si	No	Si	No	Si	No
Inter	81,82%	18,18%	45,45%	54,55%	27,27%	72,73%	9,09%	90,91%	90,91%	9,09%
No Inter	100,00%	0,00%	13,33%	86,67%	73,33%	26,67%	53,33%	46,67%	53,33%	46,67%
Total	92,31%	7,69%	26,92%	73,08%	53,85%	46,15%	34,62%	65,38%	69,23%	30,77%
C.C.	0,319	0,086	0,337	0,068	0,415	0,02	0,417	0,019	0,373	0,04

#### Empleados

Final				
	IDRh22		IDRh73	
	Si	No	Si	No
Inter	81,82%	18,18%	72,73%	27,27%
No Inter	100,00%	0,00%	26,67%	73,33%
Total	92,31%	7,69%	46,15%	53,85%
C.C.	0,319	0,086	0,415	0,02

## Anexos

### Medioambiente

Final										
	IDRe24		IDRe25		IDRe34		IDRe43		IDRe45	
	Si	No	Si	No	Si	No	Si	No	Si	No
Inter	81,82%	18,18%	90,91%	9,09%	63,64%	36,36%	90,91%	9,09%	63,64%	36,36%
No Inter	100,00%	0,00%	60,00%	40,00%	100,00%	0,00%	53,33%	46,67%	100,00%	0,00%
Total	92,31%	7,69%	73,08%	26,92%	84,62%	15,38%	69,23%	30,77%	84,62%	15,38%
C.C.	0,319	0,086	0,326	0,079	0,446	0,011	0,373	0,04	0,446	0,011
	IDRe52		IDRe54							
	Si	No	Si	No						
Inter	18,18%	81,82%	54,55%	45,45%						
No Inter	60,00%	40,00%	20,00%	80,00%						
Total	42,31%	57,69%	34,62%	65,38%						
C.C.	0,386	0,033	0,338	0,067						

### RSC en el organigrama

#### Clientes

Final				
	IDRc25		IDRc26	
	Si	No	Si	No
RSC Dep	100,00%	0,00%	53,85%	46,15%
No RSC Dep	76,92%	23,08%	92,31%	7,69%
Total	88,46%	11,54%	73,08%	26,92%
C.C.	0,34	0,066	0,398	0,027

#### Comunidad

Final								
	IDRS23		IDRS25		IDRS61		IDRS64	
	Si	No	Si	No	Si	No	Si	No
RSC Dep	84,62%	15,38%	46,15%	53,85%	92,31%	7,69%	76,92%	23,08%
No RSC Dep	53,85%	46,15%	84,62%	15,38%	46,15%	53,85%	38,46%	61,54%
Total	69,23%	30,77%	65,38%	34,62%	69,23%	30,77%	57,69%	42,31%
C.C.	0,316	0,089	0,375	0,039	0,447	0,011	0,363	0,047

#### Empleados

Final				
	IDRh44		IDRh52	
	Si	No	Si	No
RSC Dep	76,92%	23,08%	53,85%	46,15%
No RSC Dep	100,00%	0,00%	15,38%	84,62%
Total	88,46%	11,54%	34,62%	65,38%
C.C.	0,34	0,066	0,375	0,039

## La Responsabilidad Social Corporativa en las Entidades Financieras de Depósito en España

### Medioambiente

Final						
	IDRe42		IDRe51		IDRe54	
	Si	No	Si	No	Si	No
RSC Dep	76,92%	23,08%	76,92%	23,08%	53,85%	46,15%
No RSC Dep	100,00%	0,00%	38,46%	61,54%	15,38%	84,62%
Total	88,46%	11,54%	57,69%	42,31%	34,62%	65,38%
C.C.	0,34	0,066	0,363	0,047	0,375	0,039

### Necesidad de intervención estatal por parte del estado

### Clientes

Final										
	IDRc13		IDRc16		IDRc17		IDRc18		IDRc21	
	Si	No	Si	No	Si	No	Si	No	Si	No
Est Fin	100,00%	0,00%	75,00%	25,00%	75,00%	25,00%	66,67%	33,33%	58,33%	41,67%
No Est Fin	57,14%	42,86%	35,71%	64,29%	21,43%	78,57%	28,57%	71,43%	14,29%	85,71%
Total	76,92%	23,08%	53,85%	46,15%	46,15%	53,85%	46,15%	53,85%	34,62%	65,38%
C.C.	0,452	0,01	0,366	0,045	0,472	0,006	0,356	0,052	0,419	0,019

### Comunidad

Final										
	IDRS22		IDRS32		IDRS54		IDRS62		IDRS63	
	Si	No	Si	No	Si	No	Si	No	Si	No
Est Fin	100,00%	0,00%	8,33%	91,67%	100,00%	0,00%	83,33%	16,67%	66,67%	33,33%
No Est Fin	78,57%	21,43%	42,86%	57,14%	78,57%	21,43%	35,71%	64,29%	7,14%	92,86%
Total	88,46%	11,54%	26,92%	73,08%	88,46%	11,54%	57,69%	42,31%	34,62%	65,38%
C.C.	0,317	0,088	0,362	0,048	0,317	0,088	0,433	0,014	0,529	0,001

### Empleados

Final									
	IDRh11		IDRh25		IDRh52		IDRh65		
	Si	No	Si	No	Si	No	Si	No	
Est Fin	58,33%	41,67%	100,00%	0,00%	16,67%	83,33%	75,00%	25,00%	
No Est Fin	92,86%	7,14%	78,57%	21,43%	50,00%	50,00%	42,86%	57,14%	
Total	76,92%	23,08%	88,46%	11,54%	34,62%	65,38%	57,69%	42,31%	
C.C.	0,378	0,037	0,317	0,088	0,33	0,075	0,309	0,098	

### Medioambiente

Final											
	IDRe13		IDRe14		IDRe22		IDRe44		IDRe45		
	Si	No	Si	No	Si	No	Si	No	Si	No	
Est Fin	58,33%	41,67%	100,00%	0,00%	91,67%	8,33%	91,67%	8,33%	100,00%	0,00%	
No Est Fin	21,43%	78,57%	57,14%	42,86%	50,00%	50,00%	64,29%	35,71%	71,43%	28,57%	
Total	38,46%	61,54%	76,92%	23,08%	69,23%	30,77%	76,92%	23,08%	84,62%	15,38%	
C.C.	0,354	0,054	0,452	0,01	0,41	0,022	0,308	0,099	0,367	0,044	
	IDRe53		IDRe54								

## Anexos

	Si	No	Si	No
Est Fin	83,33%	16,67%	16,67%	83,33%
No Est Fin	28,57%	71,43%	50,00%	50,00%
Total	53,85%	46,15%	34,62%	65,38%
C.C.	0,48	0,005	0,33	0,075

### Empresa encargada de auditar las cuentas

#### Clientes

Final										
	IDRc15		IDRc17		IDRc21		IDRc24		IDRc32	
	Si	No	Si	No	Si	No	Si	No	Si	No
Aud	64,29%	35,71%	28,57%	71,43%	57,14%	42,86%	100,00%	0,00%	35,71%	64,29%
No Aud	25,00%	75,00%	66,67%	33,33%	8,33%	91,67%	58,33%	41,67%	75,00%	25,00%
Total	46,15%	53,85%	46,15%	53,85%	34,62%	65,38%	80,77%	19,23%	53,85%	46,15%
C.C.	0,366	0,045	0,356	0,052	0,455	0,009	0,466	0,007	0,366	0,045
	IDRc41		IDRc45		IDRc52		IDRc54			
	Si	No	Si	No	Si	No	Si	No		
Aud	57,14%	42,86%	71,43%	28,57%	42,86%	57,14%	42,86%	57,14%		
No Aud	8,33%	91,67%	33,33%	66,67%	8,33%	91,67%	8,33%	91,67%		
Total	34,62%	65,38%	53,85%	46,15%	26,92%	73,08%	26,92%	73,08%		
C.C.	0,455	0,009	0,356	0,052	0,362	0,048	0,362	0,048		

#### Comunidad

Final										
	IDRS22		IDRS25		IDRS34		IDRS51		IDRS65	
	Si	No	Si	No	Si	No	Si	No	Si	No
Aud	100,00%	0,00%	50,00%	50,00%	28,57%	71,43%	57,14%	42,86%	100,00%	0,00%
No Aud	75,00%	25,00%	83,33%	16,67%	83,33%	16,67%	91,67%	8,33%	33,33%	66,67%
Total	88,46%	11,54%	65,38%	34,62%	53,85%	46,15%	73,08%	26,92%	69,23%	30,77%
C.C.	0,363	0,047	0,33	0,075	0,48	0,005	0,362	0,048	0,584	0

#### Empleados

Final												
	IDRh23		IDRh29		IDRh41		IDRh42		IDRh46			
	Si	No	Si	Si	No	Si	Si	Si	No	Si	No	
Aud	21,43%	78,57%	42,86%	35,71%	64,29%	42,86%	35,71%	64,29%	42,86%	57,14%		
No Aud	58,33%	41,67%	83,33%	8,33%	91,67%	83,33%	8,33%	91,67%	75,00%	25,00%		
Total	38,46%	61,54%	61,54%	23,08%	76,92%	61,54%	23,08%	76,92%	57,69%	42,31%		
C.C.	0,354	0,054	0,383	0,308	0,099	0,383	0,308	0,099	0,309	0,098		
	IDRh56											
	Si	No										
Aud												
No Aud	71,43%	28,57%										
Total	100,00%	0,00%										
C.C.	84,62%	15,38%										
	0,367	0,044										

## Medioambiente

Final										
	IDRe14		IDRe31		IDRe33		IDRe41		IDRe52	
	Si	No	Si	No	Si	No	Si	No	Si	No
Aud	92,86%	7,14%	71,43%	28,57%	35,71%	64,29%	28,57%	71,43%	21,43%	78,57%
No Aud	58,33%	41,67%	100,00%	0,00%	8,33%	91,67%	66,67%	33,33%	66,67%	33,33%
Total	76,92%	23,08%	84,62%	15,38%	23,08%	76,92%	46,15%	53,85%	42,31%	57,69%
C.C.	0,378	0,037	0,367	0,044	0,308	0,099	0,356	0,052	0,415	0,02

***Anexo 17. Caracterización de entidades***



## Anexo 17. Caracterización de entidades.

Análisis de conglomerados de K medias

## Pertenenencia a los conglomerados

Número de caso	Entidades	Conglomerado	Distancia
1	BBVA	2	0,150
2	Santander	2	0,127
3	La Caixa	2	0,314
4	Caja Madrid	2	0,256
5	Banco Popular	1	0,201
6	Bancaja	1	0,156
7	CAM	2	0,118
8	Banco Sabadell	2	0,235
9	Ibercaja	2	0,208
10	Caixa Galicia	1	0,191
11	Bankinter	2	0,316
12	Unicaja	2	0,345
13	Cajasol	1	0,187
14	BBK	1	0,323
15	Cajamar	2	0,368
16	Caja Laboral	1	0,090
17	Kutxa	1	0,150
18	CAN	1	0,363
19	Caja Granada	1	0,211
20	Caixa Terrassa	2	0,321
21	Caja Burgos	1	0,255
22	Caja Vital	2	0,118
23	Caja Rural de Granada	3	0,180
24	Multicaja	3	0,180

Fuente: elaboración propia.



- Centros de los conglomerados finales

	Conglomerado		
	1	2	3
Clientes	1,05	0,93	0,79
Comunidad	1,27	0,91	0,80
Empleados	1,06	1,00	0,92
Medioambiente	1,26	1,11	0,67

Fuente: elaboración propia.

- Distancias entre los centros de los conglomerados finales

Conglomerado	1	2	3
1	0,406		0,478
2		0,406	0,807
3	0,807	0,478	

Fuente: elaboración propia.

- ANOVA

	Conglomerado		Error		F		Sig.
	Media cuadrática	gl	Media cuadrática	gl	Media cuadrática	gl	
Clientes	0,073	2	0,015	21	4,758	0,020	
Comunidad	0,407	2	0,008	21	47,920	0,000	
Empleados	0,018	2	0,018	21	1,001	0,384	
Medioambiente	0,299	2	0,023	21	12,980	0,000	

Fuente: elaboración propia.

## - Número de casos en cada conglomerado

Conglomerado	1	10
	2	12
	3	2
Válidos		24
Perdidos		0

Fuente: elaboración propia.



**Anexo 18. Evolución temporal del índice de divulgación**



## Anexos

### Anexo 18. Evolución temporal del índice de divulgación.

Comparativa a nivel de categorías de contenido e IDR general.

	Media	N	Desviación típ.	Error típ. de la media	t	Sig.
IDR Clientes Inicial	1,039	23	0,25248	0,05264	2,520	0,020
IDR Clientes Final	0,899	23	0,22624	0,04717		
IDR Comunidad Inicial	1,020	23	0,25702	0,05359	0,140	0,890
IDR Comunidad Final	1,013	23	0,23522	0,04905		
IDR Empleados Inicial	0,999	23	0,23717	0,04945	0,529	0,602
IDR Empleados Final	0,964	23	0,22137	0,04616		
IDR Medioambiente Inicial	1,134	23	0,20837	0,04345	0,350	0,730
IDR Medioambiente Final	1,120	23	0,22073	0,04603		
IDR General Inicial	1,046	23	0,18902	0,03941	1,264	0,219
IDR General Final	0,999	23	0,17092	0,03564		

\*p<0,01; \*\*p<0,05; \*\*\*p<0,10.

Fuente: elaboración propia.

	Media	N	Desviación típ.	Error típ. de la media	t	Sig.
IDR Directos Inicial – IDR Directos Final	0,931	23	0,18074	0,03769	1,835	0,08
	1,016	23	0,22192	0,04627		
IDR Indirectos final – IDR Indirectos Inicial	1,067	23	0,19977	0,04165	0,288	0,776
	1,077	23	0,17919	0,03736		
Diferencia IDR Directos – Diferencia IDR Indirectos	(0,085)	23	0,22142	0,04617	2,21	0,038
	(0,010)	23	0,16997	0,03544		

\*p<0,01; \*\*p<0,05; \*\*\*p<0,10.

Fuente: elaboración propia.

Evolución temporal: Comparativa índices de contenido según características de las entidades.

NATURALEZA JURÍDICA						
Bancos						
	Media	N	Desviación típ.	Error típ. de la media	t	Sig.
IDR directos inicial	0,929	6	0,296	0,121	0,599 (0,289)	0,575 0,784
IDR directos final	0,858	6	0,277	0,113		
IDR indirectos inicial	1,001	6	0,161	0,066		
IDR indirectos final	1,029	6	0,232	0,095		
CC.AA. y CC.CC.						
	Media	N	Desviación típ.	Error típ. de la media	t	Sig.
IDR directos inicial	1,0462	17	0,19132	0,046	1,822	0,087
IDR directos final	0,9565	17	0,13572	0,032		
IDR indirectos inicial	1,1038	17	0,18198	0,044	0,674	0,510
IDR indirectos final	1,0801	17	0,19338	0,047		
TAMAÑO						
Entidades Grandes						
	Media	N	Desviación típ.	Error típ. de la media	t	Sig.
IDR directos inicial	1,030	7	0,358	0,135	1,279	0,248
IDR directos final	0,873	7	0,260	0,098		
IDR indirectos inicial	1,039	7	0,204	0,077	0,406	0,698
IDR indirectos final	1,006	7	0,224	0,085		
Entidades Medianas						
	Media	N	Desviación típ.	Error típ. de la media	t	Sig.
IDR directos inicial	0,985	7	0,077	0,029	1,034	0,341
IDR directos final	0,937	7	0,159	0,060		
IDR indirectos inicial	1,092	7	0,053	0,020	(0,783)	0,463
IDR indirectos final	1,129	7	0,126	0,048		
Entidades Pequeñas						
	Media	N	Desviación típ.	Error típ. de la media	t	Sig.
IDR directos inicial	1,028	9	0,184	0,061	0,882	0,403
IDR directos final	0,971	9	0,124	0,041		
IDR indirectos inicial	1,094	9	0,230	0,077	0,496	0,633
IDR indirectos final	1,066	9	0,231	0,077		

\*p<0,01; \*\*p<0,05; \*\*\*p<0,10.

Fuente: elaboración propia.

***Anexo 19. Evolución temporal: Comparativa a nivel de elementos de categorías de contenido y por tipo de entidad***





## Anexos

### Anexo 19. Evolución temporal: Comparativa a nivel de elementos de categorías de contenido y por tipo de entidad.

		Media	N	Desviación típ.	Error típ. de la media	t	Sig.
(IDRc1) Consumo ético	Inicial	0,378	23	0,37844	0,079	2,598	0,016
	Final	0,341	23	0,34074	0,071		
(IDRc2) Satisfacción del cliente y calidad del servicio prestado	Inicial	0,323	23	0,32347	0,067	2,299	0,031
	Final	0,303	23	0,30278	0,063		
(IDRc3) Seguridad de los clientes y confidencialidad	Inicial	0,497	23	0,49725	0,104	(0,449)	0,657
	Final	0,556	23	0,55643	0,116		
(IDRc4) Inclusión de clientes	Inicial	0,395	23	0,39483	0,082	0,949	0,353
	Final	0,575	23	0,57497	0,120		
(IDRc5) Otra información	Inicial	0,464	23	0,46439	0,097	0,902	0,377
	Inicial	0,345	23	0,34507	0,072		
(IDRS1) Políticas, declaraciones y sistemas de gestión social	Final	0,311	23	0,31106	0,065	0,111	0,912
	Inicial	0,306	23	0,30594	0,064		
(IDRS2) Actividades de apoyo e inversión en la comunidad local	Final	0,351	23	0,35145	0,073	1,777	0,089
	Inicial	0,363	23	0,36313	0,076		
(IDRS3) Contribución a la economía nacional	Final	0,415	23	0,41475	0,086	(1,172)	0,254
	Inicial	0,385	23	0,3853	0,080		
(IDRS4) Cumplimiento de la legislación, corrupción y competencia	Final	0,488	23	0,48844	0,102	1,581	0,128
	Inicial	0,498	23	0,49838	0,104		
(IDRS5) Política pública	Final	0,585	23	0,58535	0,122	0,090	0,929
	Inicial	0,463	23	0,46253	0,096		
(IDRS6) Actividad social a través de la actividad intermediadora	Final	0,375	23	0,37533	0,078	(1,878)	0,074
	Inicial	0,478	23	0,47764	0,100		
(IDRh1) Relaciones empresa / trabajador	Final	0,429	23	0,42858	0,089	0,771	0,449
	Inicial	0,522	23	0,52223	0,109		
(IDRh2) Salud y seguridad	Final	0,311	23	0,31123	0,065	0,498	0,623
	Inicial	0,305	23	0,30457	0,064		
(IDRh3) Formación y desarrollo profesional	Final	0,327	23	0,32735	0,068	(0,081)	0,936
	Inicial	0,400	23	0,39955	0,083		
(IDRh4) Retribución y condiciones de trabajo	Final	0,431	23	0,43127	0,090	0,458	0,651
	Inicial	0,354	23	0,35441	0,074		
(IDRh5) Condiciones de contratación y despido	Final	0,311	23	0,31066	0,065	1,991	0,059
	Inicial	0,426	23	0,42627	0,089		
(IDRh6) Diversidad e igualdad de oportunidades	Final	0,465	23	0,46506	0,097	0,209	0,837
	Inicial	0,338	23	0,33833	0,071		
(IDRh7) Otra información	Final	0,304	23	0,30437	0,063	(2,904)	0,008
	Inicial	0,422	23	0,42174	0,088		
(IDRe1) Políticas, declaraciones y sistemas de gestión ambiental	Final	0,287	23	0,28696	0,060	2,077	0,050
	Inicial	0,330	23	0,33036	0,069		
(IDRe2) Consumo y conservación de recursos y energía	Final	0,338	23	0,33833	0,071	0,662	0,515
	Inicial	0,456	23	0,45614	0,095		
(IDRe3) Emisiones, vertidos y residuos e impactos en los ecosistemas	Final	0,328	23	0,32837	0,068	0,107	0,915
	Inicial	0,526	23	0,52555	0,110		
(IDRe4) Inversiones y gastos medioambientales y cumplimiento normativo	Final	0,345	23	0,34504	0,072	0,312	0,758
	Inicial	0,385	23	0,3853	0,080		
(IDRe5) Medioambiente, productos y servicios	Final	0,442	23	0,44152	0,092	0,859	0,400
	Inicial	0,451	23	0,45109	0,094		

\*p<0,01; \*\*p<0,05; \*\*\*p<0,10.

Fuente: elaboración propia.

La Responsabilidad Social Corporativa en las Entidades Financieras de Depósito en España

Comparación medias de variación

	Media	Sig.		Media	Sig.		Media	Sig.		Media	Sig.
IDRc - IDRc1	(0,141) (0,245)	0,075	IDRs - IDRs1	(0,007) (0,009)	0,979	IDRh - IDRh1	(0,029) (0,102)	0,464	IDRe - IDRe1	(0,014) (0,100)	0,084
IDRc - IDRc2	(0,141) (,137)	0,929	IDRs - IDRs2	(0,007) (0,137)	0,053	IDRh - IDRh2	(0,029) (0,033)	0,936	IDRe - IDRe2	(0,014) (0,061)	0,597
IDRc - IDRc3	(0,141) 0,043	0,062	IDRs - IDRs3	(0,007) 0,113	0,156	IDRh - IDRh3	(0,029) 0,007	0,670	IDRe - IDRe3	(0,014) (0,009)	0,954
IDRc - IDRc4	(0,141) (0,113)	0,816	IDRs - IDRs4	(0,007) (0,157)	0,072	IDRh - IDRh4	(0,029) (0,037)	0,909	IDRe - IDRe4	(0,014) (0,035)	0,840
IDRc - IDRc5	(0,141) (0,109)	0,755	IDRs - IDRs5	(0,007) (0,011)	0,970	IDRh - IDRh5	(0,029) (0,172)	0,016	IDRe - IDRe5	(0,014) (0,087)	0,413
IDRg - IDRc1	(0,047) (0,245)	0,015	IDRs - IDRs6	(0,007) 0,157	0,036	IDRh - IDRh6	(0,029) (0,017)	0,879	IDRe - IDRe1	(0,047) (0,100)	0,359
IDRg - IDRc2	(0,047) (0,137)	0,046	IDRg - IDRs1	(0,047) (0,009)	0,617	IDRh - IDRh7	(0,029) 0,250	0,002	IDRe - IDRe2	(0,047) (0,061)	0,877
IDRg - IDRc3	(0,047) 0,043	0,320	IDRg - IDRs2	(0,047) (0,137)	0,194	IDRg - IDRh1	(0,047) (0,102)	0,640	IDRe - IDRe3	(0,047) (0,009)	0,665
IDRg - IDRc4	(0,047) (0,113)	0,607	IDRg - IDRs3	(0,047) 0,113	0,077	IDRg - IDRh2	(0,047) (0,033)	0,809	IDRe - IDRe4	(0,047) (0,035)	0,904
IDRg - IDRc5	(0,047) (0,109)	0,557	IDRg - IDRs4	(0,047) (0,157)	0,240	IDRg - IDRh3	(0,047) 0,007	0,497	IDRe - IDRe5	(0,047) (0,087)	0,690
			IDRg - IDRs5	(0,047) (0,011)	0,740	IDRg - IDRh4	(0,047) (0,037)	0,883			
			IDRg - IDRs6	(0,047) 0,157	0,012	IDRg - IDRh5	(0,047) (0,172)	0,104			
						IDRg - IDRh6	(0,047) (0,017)	0,670			
						IDRg - IDRh7	(0,047) 0,250	0,002			

\*p<0,01; \*\*p<0,05; \*\*\*p<0,10.

Fuente: elaboración propia.

Evolución por cada tipo de entidad, comparativa según la naturaleza jurídica de las entidades por elementos de contenido.

	Bancos (6)		CC.AA. Y CC.CC. (17)			Bancos (6)		CC.AA. Y CC.CC. (17)	
	Media I/F	Diferencia	Media I/F	Diferencia		Media I/F	Diferencia	Media I/F	Diferencia
IDRc1	1,063 0,708	(0,354)***	1,074 0,868	(0,206)***	IDRh1	1,139 0,972	(0,167)	1,088 1,01	(0,078)
IDRc2	1,139 1,083	(0,056)	1,333 1,167	(0,167)**	IDRh2	0,704 0,685	(0,019)	0,974 0,935	(0,039)
IDRc3	0,889 0,722	(0,167)	1,059 1,177	0,118	IDRh3	1,194 1,417	0,222	1,314 1,245	(0,069)
IDRc4	0,733 0,733	0	0,953 0,8	(0,153)	IDRh4	0,861 0,583	(0,278)	0,784 0,833	0,049
IDRc5	0,625 0,75	0,125	0,868 0,677	(0,191)	IDRh5	1,056 0,806	(0,250)	1,039 0,892	(0,147)
IDRs1	0,6 0,8	0,200**	1,047 0,965	(0,082)	IDRh6	1,267 1,367	0,1	1,459 1,4	(0,059)

## Anexos

IDRs2	1,306	(0,056)	1,588	(0,167)**	IDRh7	0,208	0,417**	0,309	0,191***
	1,25		1,422			0,625		0,5	
IDRs3	0,567	0,333	0,847	0,035	IDRe1	0,917	0,056	0,882	(0,157)**
	0,9		0,882			0,972		0,726	
IDRs4	0,633	0,1	1,306	(0,247)***	IDRe2	1,633	0,033	1,6	(0,094)
	0,733		1,059			1,667		1,506	
IDRs5	0,667	0,25	1,074	(0,103)	IDRe3	1,2	(0,067)	1,153	0,012
	0,917		0,971			1,133		1,165	
IDRs6	0,8	0,033	0,694	0,200**	IDRe4	1,1	0,033	1,129	(0,059)
	0,833		0,894			1,133		1,071	
					IDRe5	1,3	(0,467)**	0,8	0,047
						0,833		0,847	

\*p<0,01; \*\*p<0,05; \*\*\*p<0,10.

Fuente: elaboración propia.

	Naturaleza jurídica	N	Evolución Media	Diferencia	Desviación típ.	Error típ. de la media	t	Sig.
Consumo ético	Bancos	6	(0,357)	(0,152)	0,470	0,114	(0,743)	0,475
	CC.AA. y CC.CC.	17	(0,205)					
Satisfacción del cliente y calidad del servicio prestado	Bancos	6	(0,057)	0,108	0,283	0,069	0,759	0,469
	CC.AA. y CC.CC.	17	(0,165)					
Seguridad de los clientes y confidencialidad	Bancos	6	(0,167)	(0,284)	0,484	0,117	(1,536)	0,15
	CC.AA. y CC.CC.	17	0,117					
Inclusión clientes	Bancos	6	0,000	0,153	0,564	0,137	0,524	0,615
	CC.AA. y CC.CC.	17	(0,153)					
Otra información	Bancos	6	0,125	0,316	0,570	0,138	1,144	0,283
	CC.AA. y CC.CC.	17	(0,191)					
Políticas, declaraciones y sistemas de gestión social	Bancos	6	0,200	0,282**	0,407	0,099	2,537	0,019
	CC.AA. y CC.CC.	17	(0,082)					
Actividades de apoyo a la comunidad local	Bancos	6	(0,055)	0,112	0,311	0,076	0,483	0,645
	CC.AA. y CC.CC.	17	(0,167)					
Contribución a la economía nacional	Bancos	6	0,333	0,298	0,437	0,106	1,294	0,232
	CC.AA. y CC.CC.	17	0,035					
Cumplimiento de la legislación, corrupción y competencia	Bancos	6	0,100	0,347***	0,487	0,118	1,865	0,086
	CC.AA. y CC.CC.	17	(0,247)					
Política pública	Bancos	6	0,250	0,353	0,573	0,139	1,34	0,212
	CC.AA. y CC.CC.	17	(0,103)					
Actividad social a través de la actividad intermediadora	Bancos	6	0,033	(0,167)	0,381	0,092	(0,792)	0,453
	CC.AA. y CC.CC.	17	0,200					
Relaciones empresa / trabajador	Bancos	6	(0,165)	(0,085)	0,640	0,155	(0,274)	0,791
	CC.AA. y CC.CC.	17	(0,080)					
Salud y seguridad	Bancos	6	(0,017)	0,021	0,322	0,078	0,128	0,901
	CC.AA. y CC.CC.	17	(0,038)					
Formación y desarrollo profesional	Bancos	6	0,222	0,291	0,445	0,108	1,685	0,118
	CC.AA. y CC.CC.	17	(0,069)					
Retribución y condiciones de trabajo	Bancos	6	(0,277)	(0,325)***	0,362	0,088	(1,965)	0,08
	CC.AA. y CC.CC.	17	0,048					
Condiciones de contratación y despido	Bancos	6	(0,248)	(0,103)	0,396	0,096	(0,448)	0,667
	CC.AA. y CC.CC.	17	(0,145)					
Diversidad e igualdad de oportunidades	Bancos	6	0,100	0,159	0,373	0,090	0,729	0,489
	CC.AA. y CC.CC.	17	(0,059)					
Otra información	Bancos	6	0,417	0,226	0,438	0,106	1,384	0,19
	CC.AA. y CC.CC.	17	0,191					
Políticas, declaraciones y sistemas de gestión ambiental	Bancos	6	0,057	0,213**	0,239	0,058	2,622	0,019
	CC.AA. y CC.CC.	17	(0,156)					
Consumo y conservación de recursos y	Bancos	6	0,033	0,127	0,480	0,116	0,728	0,479

La Responsabilidad Social Corporativa en las Entidades Financieras de Depósito en España

energía	CC.AA. y CC.CC.	17	(0,094)					
Emisiones, vertidos y residuos e impactos en los ecosistemas	Bancos	6	(0,067)	(0,079)	0,427	0,104	(0,515)	0,614
	CC.AA. y CC.CC.	17	0,012					
Inversiones y gastos medioambientales y cumplimiento normativo	Bancos	6	0,033	0,092	0,537	0,130	0,345	0,739
	CC.AA. y CC.CC.	17	(0,059)					
Medioambiente, productos y servicios	Bancos	6	(0,467)	(0,514)**	0,450	0,109	(2,646)	0,024
	CC.AA. y CC.CC.	17	0,047					

\*p<0,01; \*\*p<0,05; \*\*\*p<0,10.

Fuente: elaboración propia.

Evolución por cada tipo de entidad, comparativa según el tamaño de las entidades por elementos de contenido.

	Grandes (7)		Medianas (7)		Pequeñas (9)	
	Media I/F	Diferencia	Media I/F	Diferencia	Media I/F	Diferencia
IDRc1	1,214 0,661	(0,554)*	0,964 0,750	(0,214)**	1,042 1,014	(0,028)
IDRc2	1,262 1,095	(0,167)	1,238 1,048	(0,191)**	1,333 1,259	(0,074)
IDRc3	0,952 0,619	(0,333)**	0,762 1,048	0,286	1,259 1,407	0,148
IDRc4	0,971 1,143	0,172	0,686 0,600	(0,086)	1,000 0,644	(0,356)***
IDRc5	0,821 0,679	(0,143)	0,893 0,679	(0,214)	0,722 0,722	0
IDRs1	0,771 0,914	0,143***	0,943 1,029	0,086	1,044 0,844	(0,200)
IDRs2	1,476 1,452	(0,024)	1,310 1,262	(0,048)	1,704 1,407	(0,296)**
IDRs3	0,629 0,714	0,086	0,857 1,143	0,286***	0,822 0,822	0
IDRs4	0,714 0,686	(0,029)	1,200 1,000	(0,200)	1,400 1,178	(0,222)
IDRs5	0,750 0,821	0,071	0,929 0,893	(0,036)	1,167 1,111	(0,056)
IDRs6	0,800 0,857	0,057	0,657 0,857	0,2	0,711 0,911	0,2
IDRh1	1,333 1,024	(0,310)	1,000 1,143	0,143	1,000 0,870	(0,130)
IDRh2	0,651 0,698	0,048	1,111 1,048	(0,063)	0,938 0,864	(0,074)
IDRh3	1,167 1,167	0	1,333 1,333	0	1,333 1,352	0,019
IDRh4	0,976 0,619	(0,357)**	0,905 0,905	0	0,593 0,778	0,185
IDRh5	1,048 0,786	(0,262)	1,024 1,000	(0,024)	1,056 0,833	(0,222)
IDRh6	1,286 1,343	0,057	1,400 1,514	0,114	1,511 1,333	(0,178)
IDRh7	0,357 0,750	0,393**	0,179 0,321	0,143	0,306 0,528	0,222
IDRe1	0,952 0,929	(0,024)	0,976 0,905	(0,071)	0,778 0,593	(0,185)***
IDRe2	1,686 1,514	(0,171)	1,629 1,771	0,143***	1,533 1,400	(0,133)
IDRe3	1,029 0,943	(0,086)	1,343 1,371	0,029	1,133 1,156	0,022
IDRe4	1,057	0	1,229	0,029	1,089	(0,111)

Anexos

	1,057		1,257		0,978	
IDRe5	1,314	(0,314)	0,829	0	0,711	0,022
	1,000		0,829		0,733	

\*p<0,01; \*\*p<0,05; \*\*\*p<0,10.

Fuente: elaboración propia.

	Tamaño	Evolución medias	Anova de 1 factor					Pruebas post hoc / HSD de Tukey /			
			(Inter / Intra)-grupos	Suma de cuadrados	Media cuadrática	F	Sig.	(I - J) Tamaño	Diferencia de medias (I-J)	Error típico	Sig.
IDRc1	1	(0,554)	Inter	1,101	0,55	3,246	0,06	1 - 2	(0,340)	0,220	0,292
	2	(0,214)	Intra	3,392	0,17			1 - 3	(0,527)**	0,208	0,049
	3	(0,028)	Total	4,493				2 - 3	0,187	0,208	0,647
IDRc2	1	(0,167)	Inter	0,061	0,031	0,352	0,707	1 - 2	0,021	0,158	0,990
	2	(0,190)	Intra	1,744	0,087			1 - 3	(0,094)	0,149	0,805
	3	(0,074)	Total	1,806				2 - 3	(0,115)	0,149	0,723
IDRc3	1	(0,333)	Inter	1,495	0,748	4,637	0,022	1 - 2	(0,617)**	0,215	0,024
	2	0,286	Intra	3,225	0,161			1 - 3	(0,481)***	0,202	0,068
	3	0,148	Total	4,72				2 - 3	0,137	0,202	0,781
IDRc4	1	0,171	Inter	1,101	0,551	1,809	0,19	1 - 2	0,257	0,295	0,664
	2	(0,086)	Intra	6,085	0,304			1 - 3	0,527	0,278	0,166
	3	(0,356)	Total	7,186				2 - 3	0,270	0,278	0,603
IDRc5	1	(0,143)	Inter	0,193	0,096	0,269	0,767	1 - 2	0,071	0,320	0,973
	2	(0,214)	Intra	7,161	0,358			1 - 3	(0,143)	0,302	0,884
	3	0,000	Total	7,353				2 - 3	(0,214)	0,302	0,760
IDRs1	1	0,143	Inter	0,553	0,276	2,188	0,138	1 - 2	0,057	0,190	0,951
	2	0,086	Intra	2,526	0,126			1 - 3	0,343	0,179	0,161
	3	(0,200)	Total	3,078				2 - 3	0,286	0,179	0,271
IDRs2	1	(0,024)	Inter	0,377	0,189	1,421	0,265	1 - 2	0,024	0,195	0,991
	2	(0,048)	Intra	2,653	0,133			1 - 3	0,274	0,184	0,316
	3	(0,296)	Total	3,03				2 - 3	0,250	0,184	0,380
IDRs3	1	0,086	Inter	0,329	0,164	0,752	0,485	1 - 2	(0,200)	0,250	0,707
	2	0,286	Intra	4,377	0,219			1 - 3	0,086	0,236	0,930
	3	0,000	Total	4,706				2 - 3	0,286	0,236	0,460
IDRs4	1	(0,029)	Inter	0,167	0,083	0,348	0,71	1 - 2	0,171	0,262	0,792
	2	(0,200)	Intra	4,79	0,239			1 - 3	0,194	0,247	0,716
	3	(0,222)	Total	4,957				2 - 3	0,022	0,247	0,996
IDRs5	1	0,071	Inter	0,07	0,035	0,096	0,909	1 - 2	0,107	0,322	0,941
	2	(0,036)	Intra	7,24	0,362			1 - 3	0,127	0,303	0,908
	3	(0,056)	Total	7,31				2 - 3	0,020	0,303	0,998
IDRs6	1	0,057	Inter	0,099	0,05	0,291	0,751	1 - 2	(0,143)	0,221	0,796
	2	0,200	Intra	3,417	0,171			1 - 3	(0,143)	0,208	0,774
	3	0,200	Total	3,517				2 - 3	0,000	0,208	1,000
IDRh1	1	(0,310)	Inter	0,721	0,361	0,899	0,423	1 - 2	(0,450)	0,339	0,396
	2	0,143	Intra	8,022	0,401			1 - 3	(0,177)	0,319	0,845
	3	(0,130)	Total	8,744				2 - 3	0,273	0,319	0,675
IDRh2	1	0,048	Inter	0,069	0,035	0,307	0,739	1 - 2	0,113	0,179	0,806
	2	(0,063)	Intra	2,251	0,113			1 - 3	0,123	0,169	0,749
	3	(0,074)	Total	2,32				2 - 3	0,010	0,169	0,998
IDRh3	1	0,000	Inter	0,002	0,001	0,004	0,996	1 - 2	0,003	0,242	1,000
	2	0,000	Intra	4,087	0,204			1 - 3	(0,016)	0,228	0,997
	3	0,019	Total	4,089				2 - 3	(0,019)	0,228	0,996
IDRh4	1	(0,357)	Inter	1,168	0,584	5,871	0,01	1 - 2	(0,357)	0,169	0,111
	2	0,000	Intra	1,99	0,1			1 - 3	(0,542)*	0,159	0,008
	3	0,185	Total	3,159				2 - 3	(0,184)	0,159	0,490

La Responsabilidad Social Corporativa en las Entidades Financieras de Depósito en España

IDRh5	1	(0,262)	Inter	0,231	0,115	0,635	0,54	1-2	(0,237)	0,228	0,560
	2	(0,024)	Intra	3,632	0,182			1-3	(0,040)	0,215	0,981
	3	(0,222)	Total	3,863				2-3	0,197	0,215	0,636
IDRh6	1	0,057	Inter	0,392	0,196	1,255	0,307	1-2	(0,057)	0,211	0,961
	2	0,114	Intra	3,121	0,156			1-3	0,235	0,199	0,478
	3	(0,178)	Total	3,513				2-3	0,292	0,199	0,327
IDRh7	1	0,393	Inter	0,23	0,115	0,654	0,531	1-2	0,250	0,224	0,516
	2	0,143	Intra	3,52	0,176			1-3	0,171	0,211	0,703
	3	0,222	Total	3,75				2-3	(0,079)	0,211	0,926
IDRe1	1	(0,024)	Inter	0,11	0,055	0,998	0,386	1-2	0,049	0,125	0,921
	2	(0,071)	Intra	1,101	0,055			1-3	0,160	0,118	0,381
	3	(0,185)	Total	1,21				2-3	0,112	0,118	0,618
IDRe2	1	(0,171)	Inter	0,423	0,212	1,099	0,352	1-2	(0,314)	0,235	0,390
	2	0,143	Intra	3,851	0,193			1-3	(0,038)	0,221	0,984
	3	(0,133)	Total	4,275				2-3	0,276	0,221	0,439
IDRe3	1	(0,086)	Inter	0,06	0,03	0,184	0,834	1-2	(0,114)	0,216	0,858
	2	0,029	Intra	3,258	0,163			1-3	(0,108)	0,203	0,857
	3	0,022	Total	3,318				2-3	0,006	0,203	0,999
IDRe4	1	0,000	Inter	0,089	0,044	0,143	0,867	1-2	(0,029)	0,298	0,995
	2	0,029	Intra	6,203	0,31			1-3	0,111	0,281	0,918
	3	(0,111)	Total	6,292				2-3	0,140	0,281	0,873
IDRe5	1	(0,314)	Inter	0,522	0,261	1,119	0,346	1-2	(0,314)	0,258	0,457
	2	0,000	Intra	4,664	0,233			1-3	(0,337)	0,243	0,368
	3	0,022	Total	5,186				2-3	(0,022)	0,243	0,995

\*p<0,01; \*\*p<0,05; \*\*\*p<0,10.

Fuente: elaboración propia.

Evolución por cada tipo de entidad, comparativa según la internacionalización por elementos de contenido.

	Internacionalización (10)		No internacionalización			Internacionalización (10)		No internacionalización	
	Media I/F	Diferencia	Media I/F	Diferencia		Media I/F	Diferencia	Media I/F	Diferencia
IDRc1	1,113	(0,425)*	1,039	(0,106)	IDRh1	1,250	(0,100)	0,987	(0,103)
	0,688		0,933			1,150		0,885	
IDRc2	1,283	(0,167)	1,282	(0,115)	IDRh2	0,800	(0,011)	0,983	(0,051)
	1,117		1,167			0,789		0,932	
IDRc3	0,933	(0,233)**	1,077	0,256***	IDRh3	1,267	0,033	1,295	(0,013)
	0,700		1,333			1,300		1,282	
IDRc4	0,920	0,180	0,877	(0,338)*	IDRh4	1,050	(0,267)**	0,615	0,141
	1,100		0,539			0,783		0,756	
IDRc5	0,800	0,000	0,808	(0,192)	IDRh5	1,083	(0,183)	1,013	(0,167)
	0,800		0,615			0,900		0,846	
IDRs1	0,840	0,060	1,000	(0,062)	IDRh6	1,340	0,120	1,462	(0,123)
	0,900		0,939			1,460		1,339	
IDRs2	1,467	(0,033)	1,551	(0,218)**	IDRh7	0,300	0,325**	0,269	0,192
	1,433		1,333			0,625		0,462	
IDRs3	0,640	0,120	0,877	0,108	IDRe1	0,917	(0,050)	0,872	(0,141)***
	0,760		0,985			0,867		0,731	
IDRs4	0,840	(0,100)	1,354	(0,200)	IDRe2	1,640	(0,040)	1,585	(0,077)
	0,740		1,154			1,600		1,508	
IDRs5	0,925	(0,050)	1,000	0,019	IDRe3	1,140	(0,100)	1,185	0,062

Anexos

IDRs6	0,875	0,080	1,019	0,215***	IDRe4	1,040	(0,060)	1,246	(0,015)
	0,700		0,739			1,140		1,108	
	0,780		0,954			1,080		1,092	
					IDRe5	1,140	(0,140)	0,769	(0,046)
						1,000		0,723	

\*p<0,01; \*\*p<0,05; \*\*\*p<0,10.

Fuente: elaboración propia.

	Internacionalización	N	Evolución media	Diferencia	Desviación típ.	Error típ. de la media	t	Sig.
IDRc1	Sí	10	(0,426)	(0,321)***	0,386	0,122	1,766	0,092
	No	13	(0,105)		0,463	0,128		
IDRc2	Sí	10	(0,167)	(0,053)	0,322	0,102	0,433	0,67
	No	13	(0,114)		0,267	0,074		
IDRc3	Sí	10	(0,233)	(0,488)*	0,315	0,100	2,898	0,009
	No	13	0,255		0,455	0,126		
IDRc4	Sí	10	0,180	0,519**	0,649	0,205	(2,373)	0,027
	No	13	(0,339)		0,395	0,110		
IDRc5	Sí	10	0,000	0,192	0,612	0,194	(0,784)	0,442
	No	13	(0,192)		0,560	0,155		
IDRs1	Sí	10	0,060	0,122	0,284	0,090	(0,765)	0,453
	No	13	(0,062)		0,435	0,121		
IDRs2	Sí	10	(0,032)	0,187	0,436	0,138	(1,207)	0,241
	No	13	(0,219)		0,306	0,085		
IDRs3	Sí	10	0,120	0,012	0,434	0,137	(0,062)	0,951
	No	13	0,108		0,501	0,139		
IDRs4	Sí	10	(0,100)	0,100	0,403	0,127	(0,492)	0,628
	No	13	(0,200)		0,535	0,149		
IDRs5	Sí	10	(0,050)	(0,069)	0,695	0,220	0,279	0,783
	No	13	0,019		0,494	0,137		
IDRs6	Sí	10	0,080	(0,135)	0,379	0,120	0,798	0,434
	No	13	0,215		0,420	0,116		
IDRh1	Sí	10	(0,100)	0,004	0,732	0,231	(0,014)	0,989
	No	13	(0,104)		0,572	0,159		
IDRh2	Sí	10	(0,009)	0,042	0,401	0,127	(0,299)	0,768
	No	13	(0,051)		0,268	0,074		
IDRh3	Sí	10	0,034	0,048	0,367	0,116	(0,258)	0,799
	No	13	(0,014)		0,489	0,136		
IDRh4	Sí	10	(0,266)	(0,406)*	0,354	0,112	2,964	0,007
	No	13	0,140		0,302	0,084		
IDRh5	Sí	10	(0,182)	(0,017)	0,446	0,141	0,096	0,924
	No	13	(0,165)		0,415	0,115		
IDRh6	Sí	10	0,120	0,243	0,413	0,131	(1,485)	0,152
	No	13	(0,123)		0,370	0,103		
IDRh7	Sí	10	0,325	0,133	0,334	0,106	(0,757)	0,458
	No	13	0,192		0,469	0,130		
IDRe1	Sí	10	(0,050)	0,089	0,210	0,067	(0,900)	0,378
	No	13	(0,139)		0,253	0,070		
IDRe2	Sí	10	(0,040)	0,037	0,337	0,107	(0,195)	0,847
	No	13	(0,077)		0,520	0,144		
IDRe3	Sí	10	(0,100)	(0,162)	0,403	0,127	0,988	0,334
	No	13	0,062		0,378	0,105		
IDRe4	Sí	10	(0,060)	(0,045)	0,508	0,161	0,194	0,848



La Responsabilidad Social Corporativa en las Entidades Financieras de Depósito en España

IDRe5	No	13	(0,015)	(0,094)	0,574	0,159	0,451	0,657
	Sí	10	(0,140)		0,472	0,149		
	No	13	(0,046)		0,511	0,142		

\*p<0,01; \*\*p<0,05; \*\*\*p<0,10.

Fuente: elaboración propia.

Evolución por cada tipo de entidad, comparativa en relación a la morosidad por elementos de contenido.

	Morosidad < media (13)		Morosidad > media (10)			Morosidad < media (13)		Morosidad > media (10)	
	Media I/F	Diferencia	Media I/F	Diferencia		Media I/F	Diferencia	Media I/F	Diferencia
IDRc1	1,039	(0,337)*	1,113	(0,125)	IDRh1	1,051	(0,090)	1,167	(0,117)
	0,702		0,988			0,962		1,050	
IDRc2	1,269	(0,205)**	1,300	(0,050)	IDRh2	0,915	(0,026)	0,889	(0,045)
	1,064		1,250			0,889		0,844	
IDRc3	1,077	0,103	0,933	(0,033)	IDRh3	1,372	(0,064)	1,167	0,100
	1,180		0,900			1,308		1,267	
IDRc4	0,923	(0,415)*	0,860	0,280	IDRh4	0,769	0,013	0,850	(0,100)
	0,508		1,140			0,782		0,750	
IDRc5	0,808	(0,135)	0,800	(0,075)	IDRh5	1,000	(0,128)	1,100	(0,233)***
	0,673		0,725			0,872		0,867	
IDRs1	0,985	(0,077)	0,860	0,080	IDRh6	1,415	(0,092)	1,400	0,080
	0,908		0,940			1,323		1,480	
IDRs2	1,449	(0,077)	1,600	(0,217)	IDRh7	0,250	0,308*	0,325	0,175
	1,372		1,383			0,558		0,500	
IDRs3	0,785	0,185	0,760	0,020	IDRe1	0,949	(0,115)***	0,817	(0,083)
	0,969		0,780			0,833		0,733	
IDRs4	1,062	(0,231)	1,220	(0,060)	IDRe2	1,631	(0,015)	1,580	(0,120)
	0,831		1,160			1,615		1,460	
IDRs5	0,942	(0,019)	1,000	0,000	IDRe3	1,215	0,108	1,100	(0,160)
	0,923		1,000			1,323		0,940	
IDRs6	0,692	0,108	0,760	0,220	IDRe4	1,108	(0,015)	1,140	(0,060)
	0,800		0,980			1,092		1,080	
					IDRe5	0,985	(0,031)	0,860	(0,160)
						0,954		0,700	

\*p<0,01; \*\*p<0,05; \*\*\*p<0,10.

Fuente: elaboración propia.

	Morosidad	N	Evolución media	Diferencia	Desviación típ.	Error típ. de la media	t	Sig.
IDRc1	< Media	13	(0,338)	(0,214)	0,326	0,090	1,131	0,271
	> Media	10	(0,124)		0,573	0,181		
IDRc2	< Media	13	(0,204)	(0,154)	0,289	0,080	1,296	0,209
	> Media	10	(0,050)		0,273	0,086		
IDRc3	< Media	13	0,102	0,136	0,459	0,127	(0,691)	0,497
	> Media	10	(0,034)		0,482	0,152		
IDRc4	< Media	13	(0,415)	(0,695)*	0,412	0,114	3,590	0,002

Anexos

IDRc5	> Media	10	0,280	(0,060)	0,518	0,164	0,240	0,813
	< Media	13	(0,135)		0,565	0,157		
IDRs1	> Media	10	(0,075)	(0,157)	0,624	0,197	0,997	0,330
	< Media	13	(0,077)		0,370	0,103		
IDRs2	> Media	10	0,080	0,141	0,379	0,120	(0,898)	0,379
	< Media	13	(0,076)		0,285	0,079		
IDRs3	> Media	10	(0,217)	0,165	0,465	0,147	(0,841)	0,410
	< Media	13	0,185		0,574	0,159		
IDRs4	> Media	10	0,020	(0,171)	0,257	0,081	0,850	0,405
	< Media	13	(0,231)		0,553	0,153		
IDRs5	> Media	10	(0,060)	(0,019)	0,353	0,112	0,078	0,939
	< Media	13	(0,019)		0,599	0,166		
IDRs6	> Media	10	0,000	(0,112)	0,577	0,183	0,659	0,517
	< Media	13	0,108		0,397	0,110		
IDRh1	> Media	10	0,220	0,028	0,416	0,131	(0,103)	0,919
	< Media	13	(0,090)		0,728	0,202		
IDRh2	> Media	10	(0,118)	0,020	0,514	0,162	(0,144)	0,887
	< Media	13	(0,024)		0,341	0,095		
IDRh3	> Media	10	(0,044)	(0,165)	0,320	0,101	0,904	0,376
	< Media	13	(0,065)		0,439	0,122		
IDRh4	> Media	10	0,100	0,112	0,424	0,134	(0,696)	0,494
	< Media	13	0,012		0,345	0,096		
IDRh5	> Media	10	(0,100)	0,106	0,430	0,136	(0,592)	0,560
	< Media	13	(0,126)		0,447	0,124		
IDRh6	> Media	10	(0,232)	(0,172)	0,395	0,125	1,026	0,316
	< Media	13	(0,092)		0,507	0,141		
IDRh7	> Media	10	0,080	0,133	0,169	0,053	(0,757)	0,458
	< Media	13	0,308		0,356	0,099		
IDRe1	> Media	10	0,175	(0,033)	0,487	0,154	0,324	0,749
	< Media	13	(0,115)		0,218	0,061		
IDRe2	> Media	10	(0,082)	0,105	0,265	0,084	(0,555)	0,585
	< Media	13	(0,015)		0,251	0,070		
IDRe3	> Media	10	(0,120)	0,268	0,620	0,196	(1,709)	0,102
	< Media	13	0,108		0,352	0,098		
IDRe4	> Media	10	(0,160)	0,045	0,398	0,126	(0,194)	0,848
	< Media	13	(0,015)		0,465	0,129		
IDRe5	> Media	10	(0,060)	0,129	0,640	0,202	(0,624)	0,539
	< Media	13	(0,031)		0,502	0,139		
IDRe5	> Media	10	(0,160)		0,479	0,151		
	< Media	13						

\*p<0,01; \*\*p<0,05; \*\*\*p<0,10.

Fuente: elaboración propia.

Evolución por cada tipo de entidad, comparativa según la dualidad en el consejo de administración por elementos de contenido.

	Dualidad (11)		No dualidad(12)			Dualidad (11)		No dualidad(12)	
	Media I/F	Diferencia	Media I/F	Diferencia		Media I/F	Diferencia	Media I/F	Diferencia
IDRc1	1,068	(0,284)***	1,073	(0,208)	IDRh1	1,136	(0,061)	1,069	(0,139)
	0,784		0,865			1,076		0,931	
IDRc2	1,258	(0,212)**	1,306	(0,070)	IDRh2	1,061	(0,061)	0,759	(0,009)
	1,046		1,236			1,000		0,750	
IDRc3	1,061	0,091	0,972	0,000	IDRh3	1,379	(0,121)	1,194	0,125
	1,152		0,972			1,258		1,319	
IDRc4	0,964	(0,273)	0,833	0,033	IDRh4	0,833	0,030	0,778	(0,097)
	0,691		0,867			0,864		0,681	

La Responsabilidad Social Corporativa en las Entidades Financieras de Depósito en España

IDRc5	0,886	(0,250)	0,729	0,021	IDRh5	1,046	(0,046)	1,042	(0,292)**
	0,636		0,750			1,000		0,750	
IDRs1	1,055	(0,055)	0,817	0,033	IDRh6	1,455	(0,036)	1,367	0,000
	1,000		0,850			1,418		1,367	
IDRs2	1,561	(0,121)	1,472	(0,153)	IDRh7	0,318	0,182	0,250	0,313**
	1,439		1,319			0,500		0,563	
IDRs3	1,000	(0,036)	0,567	0,250**	IDRe1	0,909	(0,076)	0,875	(0,125)
	0,964		0,817			0,833		0,750	
IDRs4	1,273	(0,291)***	1,000	(0,033)	IDRe2	1,491	0,055	1,717	(0,167)
	0,982		0,967			1,546		1,550	
IDRs5	1,046	(0,114)	0,896	0,083	IDRe3	1,146	0,091	1,183	(0,100)
	0,932		0,979			1,236		1,083	
IDRs6	0,600	0,200	0,833	0,117	IDRe4	1,109	0,091	1,133	(0,150)
	0,800		0,950			1,200		0,983	
					IDRe5	0,746	0,109	1,100	(0,267)***
						0,855		0,833	

\*p<0,01; \*\*p<0,05; \*\*\*p<0,10.

Fuente: elaboración propia.

	Dualidad	N	Evolución Media	Diferencia	Desviación típ.	Error típ. de la media	t	Sig.
IDRc1	Dualidad	11	(0,284)	(0,074)	0,455	0,137	0,387	0,703
	No dualidad	12	(0,209)		0,467	0,135		
IDRc2	Dualidad	11	(0,211)	(0,142)	0,225	0,068	1,197	0,245
	No dualidad	12	(0,069)		0,328	0,095		
IDRc3	Dualidad	11	0,091	0,092	0,558	0,168	(0,466)	0,646
	No dualidad	12	(0,001)		0,376	0,109		
IDRc4	Dualidad	11	(0,273)	(0,306)	0,546	0,165	1,303	0,207
	No dualidad	12	0,033		0,577	0,167		
IDRc5	Dualidad	11	(0,250)	(0,271)	0,548	0,165	1,129	0,272
	No dualidad	12	0,021		0,598	0,173		
IDRs1	Dualidad	11	(0,055)	(0,088)	0,474	0,143	0,554	0,586
	No dualidad	12	0,033		0,267	0,077		
IDRs2	Dualidad	11	(0,121)	0,032	0,269	0,081	(0,199)	0,844
	No dualidad	12	(0,153)		0,457	0,132		
IDRs3	Dualidad	11	(0,036)	(0,286)	0,528	0,159	1,528	0,142
	No dualidad	12	0,250		0,363	0,105		
IDRs4	Dualidad	11	(0,291)	(0,258)	0,432	0,130	1,322	0,2
	No dualidad	12	(0,033)		0,496	0,143		
IDRs5	Dualidad	11	(0,114)	(0,197)	0,626	0,189	0,812	0,426
	No dualidad	12	0,083		0,537	0,155		
IDRs6	Dualidad	11	0,200	0,083	0,379	0,114	(0,491)	0,629
	No dualidad	12	0,117		0,430	0,124		
IDRh1	Dualidad	11	(0,062)	0,077	0,522	0,157	(0,288)	0,776
	No dualidad	12	(0,139)		0,738	0,213		
IDRh2	Dualidad	11	(0,059)	(0,051)	0,298	0,090	0,367	0,717
	No dualidad	12	(0,008)		0,359	0,104		
IDRh3	Dualidad	11	(0,122)	(0,247)	0,489	0,147	1,401	0,176
	No dualidad	12	0,125		0,350	0,101		
IDRh4	Dualidad	11	0,029	0,126	0,334	0,101	(0,788)	0,439
	No dualidad	12	(0,097)		0,422	0,122		
IDRh5	Dualidad	11	(0,044)	0,246	0,358	0,108	(1,443)	0,164
	No dualidad	12	(0,290)		0,450	0,130		
IDRh6	Dualidad	11	(0,036)	(0,036)	0,437	0,132	0,213	0,833
	No dualidad	12	0,000		0,381	0,110		
IDRh7	Dualidad	11	0,182	(0,131)	0,389	0,117	0,751	0,461

Anexos

	No dualidad	12	0,313		0,441	0,127		
IDRe1	Dualidad	11	(0,076)	0,048	0,157	0,047	(0,48)	0,636
	No dualidad	12	(0,123)		0,294	0,085		
IDRe2	Dualidad	11	0,055	0,221	0,270	0,081	(1,215)	0,238
	No dualidad	12	(0,167)		0,545	0,157		
IDRe3	Dualidad	11	0,091	0,191	0,362	0,109	(1,189)	0,248
	No dualidad	12	(0,100)		0,405	0,117		
IDRe4	Dualidad	11	0,091	0,241	0,485	0,146	(1,083)	0,291
	No dualidad	12	(0,150)		0,573	0,165		
IDRe5	Dualidad	11	0,109	0,376***	0,394	0,119	(1,972)	0,062
	No dualidad	12	(0,267)		0,507	0,146		

\*p<0,01; \*\*p<0,05; \*\*\*p<0,10.

Fuente: elaboración propia.

Evolución por cada tipo de entidad, comparativa según la paridad en los consejos de administración por elementos de contenido.

	Paridad < media (6)		Paridad > media (17)			Paridad < media (6)		Paridad > media (17)	
	Media I/F	Diferencia	Media I/F	Diferencia		Media I/F	Diferencia	Media I/F	Diferencia
IDRc1	1,250	(0,521)*	1,007	(0,147)	IDRh1	1,167	(0,195)	1,078	(0,069)
	0,729		0,860			0,972		1,010	
IDRc2	1,139	(0,111)	1,333	(0,147)***	IDRh2	0,778	(0,111)	0,948	(0,006)
	1,028		1,186			0,667		0,941	
IDRc3	0,944	(0,167)	1,039	0,118	IDRh3	1,278	(0,167)	1,284	0,069
	0,778		1,157			1,111		1,353	
IDRc4	0,800	0,067	0,929	(0,177)	IDRh4	0,917	(0,195)	0,765	0,020
	0,867		0,753			0,722		0,784	
IDRc5	0,708	(0,083)	0,838	(0,118)	IDRh5	1,167	(0,333)	1,000	(0,118)
	0,625		0,721			0,833		0,882	
IDRs1	0,800	(0,033)	0,977	0,000	IDRh6	1,333	(0,100)	1,435	0,012
	0,767		0,977			1,233		1,447	
IDRs2	1,306	(0,056)	1,588	(0,167)**	IDRh7	0,167	0,250	0,324	0,250**
	1,250		1,422			0,417		0,574	
IDRs3	0,767	(0,067)	0,777	0,176***	IDRe1	0,972	(0,083)	0,863	(0,108)***
	0,700		0,953			0,889		0,755	
IDRs4	0,800	(0,033)	1,247	(0,200)	IDRe2	1,667	(0,167)***	1,588	(0,024)
	0,767		1,047			1,500		1,565	
IDRs5	0,458	0,250	1,147	(0,103)	IDRe3	0,967	(0,100)	1,235	0,023
	0,708		1,044			0,867		1,259	
IDRs6	0,833	(0,033)	0,682	0,224**	IDRe4	0,967	0,000	1,177	(0,047)
	0,800		0,906			0,967		1,129	
					IDRe5	1,033	(0,400)	0,894	0,024
						0,633		0,918	

\*p<0,01; \*\*p<0,05; \*\*\*p<0,10.

Fuente: elaboración propia.

	Paridad	N	Evolución media	Diferencia	Desviación típ.	Error típ. de la media	t	Sig.
--	---------	---	-----------------	------------	-----------------	------------------------	---	------

La Responsabilidad Social Corporativa en las Entidades Financieras de Depósito en España

IDRc1	< Media	6	(0,522)	(0,375)**	0,268	0,109	(2,377)	0,03
	> Media	17	(0,147)		0,469	0,114		
IDRc2	< Media	6	(0,110)	0,037	0,271	0,111	0,262	0,796
	> Media	17	(0,147)		0,299	0,073		
IDRc3	< Media	6	(0,168)	(0,286)	0,350	0,143	(1,322)	0,2
	> Media	17	0,118		0,484	0,117		
IDRc4	< Media	6	0,067	0,243	0,797	0,325	0,892	0,383
	> Media	17	(0,177)		0,484	0,117		
IDRc5	< Media	6	(0,083)	0,034	0,492	0,201	0,122	0,904
	> Media	17	(0,118)		0,619	0,150		
IDRs1	< Media	6	(0,033)	(0,033)	0,427	0,174	(0,183)	0,856
	> Media	17	0,000		0,367	0,089		
IDRs2	< Media	6	(0,057)	0,109	0,611	0,250	0,611	0,548
	> Media	17	(0,166)		0,263	0,064		
IDRs3	< Media	6	(0,067)	(0,243)	0,689	0,281	(1,113)	0,278
	> Media	17	0,177		0,360	0,087		
IDRs4	< Media	6	(0,033)	0,167	0,266	0,109	0,732	0,473
	> Media	17	(0,200)		0,529	0,128		
IDRs5	< Media	6	0,250	0,353	0,387	0,158	1,31	0,204
	> Media	17	(0,103)		0,613	0,149		
IDRs6	< Media	6	(0,033)	(0,257)	0,446	0,182	(1,381)	0,182
	> Media	17	0,224		0,373	0,091		
IDRh1	< Media	6	(0,195)	(0,126)	0,650	0,265	(0,412)	0,685
	> Media	17	(0,069)		0,640	0,155		
IDRh2	< Media	6	(0,110)	(0,105)	0,365	0,149	(0,67)	0,51
	> Media	17	(0,005)		0,317	0,077		
IDRh3	< Media	6	(0,168)	(0,237)	0,474	0,193	(1,168)	0,256
	> Media	17	0,069		0,412	0,100		
IDRh4	< Media	6	(0,193)	(0,212)	0,412	0,168	(1,19)	0,247
	> Media	17	0,019		0,363	0,088		
IDRh5	< Media	6	(0,330)	(0,214)	0,460	0,188	(1,077)	0,294
	> Media	17	(0,117)		0,403	0,098		
IDRh6	< Media	6	(0,100)	(0,112)	0,167	0,068	(0,58)	0,568
	> Media	17	0,012		0,455	0,110		
IDRh7	< Media	6	0,250	0,000	0,418	0,171	0	1
	> Media	17	0,250		0,424	0,103		
IDRe1	< Media	6	(0,083)	0,023	0,255	0,104	0,203	0,841
	> Media	17	(0,107)		0,235	0,057		
IDRe2	< Media	6	(0,167)	(0,143)	0,197	0,080	(0,675)	0,507
	> Media	17	(0,024)		0,499	0,121		
IDRe3	< Media	6	(0,100)	(0,124)	0,329	0,134	(0,661)	0,516
	> Media	17	0,024		0,412	0,100		
IDRe4	< Media	6	0,000	0,047	0,522	0,213	0,181	0,858
	> Media	17	(0,047)		0,555	0,135		
IDRe5	< Media	6	(0,400)	(0,424)***	0,490	0,200	(1,951)	0,065
	> Media	17	0,024		0,447	0,108		

\*p<0,01; \*\*p<0,05; \*\*\*p<0,10.

Fuente: elaboración propia.

Anexos

Evolución por cada tipo de entidad, comparativa la existencia de un departamento para la gestión de RSC por elementos de contenido.

	Departamento RSC (12)		No departamento RSC			Departamento RSC (12)		No departamento RSC	
	Media I/F	Diferencia	Media I/F	Diferencia		Media I/F	Diferencia	Media I/F	Diferencia
IDRc1	1,208	(0,406)*	0,921	(0,068)	IDRh1	1,167	(0,195)	1,030	0,000
	0,802				0,852				
IDRc2	1,333	(0,278)*	1,227	0,015	IDRh2	0,917	(0,028)	0,889	(0,040)
	1,056				1,242				
IDRc3	1,000	0,083	1,030	0,000	IDRh3	1,278	0,028	1,288	(0,015)
	1,083				1,030				
IDRc4	0,850	(0,167)	0,946	(0,055)	IDRh4	0,819	(0,042)	0,788	(0,030)
	0,683				0,891				
IDRc5	1,042	(0,354)**	0,546	0,159	IDRh5	1,083	(0,194)	1,000	(0,152)
	0,688				0,705				
IDRs1	0,933	0,083	0,927	(0,109)	IDRh6	1,483	0,000	1,327	(0,036)
	1,017				0,818				
IDRs2	1,542	(0,195)	1,485	(0,076)	IDRh7	0,292	0,354*	0,273	0,136
	1,347				1,409				
IDRs3	0,800	0,183	0,746	0,036	IDRe1	1,014	(0,097)	0,758	(0,106)
	0,983				0,782				
IDRs4	1,200	(0,267)	1,055	(0,036)	IDRe2	1,667	(0,067)	1,546	(0,055)
	0,933				1,018				
IDRs5	1,063	(0,063)	0,864	0,046	IDRe3	1,217	0,050	1,109	(0,073)
	1,000				0,909				
IDRs6	0,883	0,133	0,546	0,182	IDRe4	1,183	0,000	1,055	(0,073)
	1,017				0,727				
					IDRe5	1,100	(0,117)	0,746	(0,055)
						0,983		0,691	

\*p<0,01; \*\*p<0,05; \*\*\*p<0,10.

Fuente: elaboración propia.

	Departamento RSC	N	Evolución media	Diferencia	Desviación típ.	Error típ. de la media	t	Sig.
IDRc1	Sí	12	(0,406)	(0,337)***	0,363	0,105	1,886	0,073
	No	11	(0,069)		0,489	0,147		
IDRc2	Sí	12	(0,277)	(0,292)**	0,193	0,056	2,796	0,011
	No	11	0,016		0,301	0,091		
IDRc3	Sí	12	0,083	0,084	0,552	0,159	(0,428)	0,673
	No	11	(0,001)		0,365	0,110		
IDRc4	Sí	12	(0,167)	(0,112)	0,389	0,112	0,461	0,649
	No	11	(0,055)		0,738	0,223		
IDRc5	Sí	12	(0,354)	(0,513)**	0,482	0,139	2,331	0,03
	No	11	0,159		0,573	0,173		
IDRs1	Sí	12	0,083	0,192	0,335	0,097	(1,248)	0,226
	No	11	(0,109)		0,404	0,122		
IDRs2	Sí	12	(0,194)	(0,119)	0,374	0,108	0,759	0,456
	No	11	(0,076)		0,376	0,113		
IDRs3	Sí	12	0,183	0,147	0,404	0,117	(0,754)	0,459
	No	11	0,036		0,528	0,159		
IDRs4	Sí	12	(0,267)	(0,230)	0,548	0,158	1,172	0,254

La Responsabilidad Social Corporativa en las Entidades Financieras de Depósito en España

	No	11	(0,036)		0,367	0,111		
IDRs5	Sí	12	(0,063)	(0,108)	0,466	0,135	0,44	0,664
	No	11	0,046		0,697	0,210		
IDRs6	Sí	12	0,133	(0,049)	0,446	0,129	0,284	0,779
	No	11	0,182		0,363	0,109		
IDRh1	Sí	12	(0,194)	(0,192)	0,674	0,195	0,723	0,478
	No	11	(0,002)		0,594	0,179		
IDRh2	Sí	12	(0,027)	0,012	0,301	0,087	(0,09)	0,929
	No	11	(0,039)		0,364	0,110		
IDRh3	Sí	12	0,028	0,043	0,431	0,124	(0,234)	0,818
	No	11	(0,016)		0,452	0,136		
IDRh4	Sí	12	(0,043)	(0,013)	0,333	0,096	0,077	0,939
	No	11	(0,030)		0,440	0,133		
IDRh5	Sí	12	(0,193)	(0,044)	0,472	0,136	0,247	0,807
	No	11	(0,149)		0,375	0,113		
IDRh6	Sí	12	0,000	0,036	0,307	0,089	(0,213)	0,833
	No	11	(0,036)		0,497	0,150		
IDRh7	Sí	12	0,354	0,218	0,376	0,109	(1,282)	0,214
	No	11	0,136		0,438	0,132		
IDRe1	Sí	12	(0,096)	0,010	0,218	0,063	(0,096)	0,924
	No	11	(0,106)		0,262	0,079		
IDRe2	Sí	12	(0,067)	(0,012)	0,231	0,067	0,064	0,949
	No	11	(0,055)		0,607	0,183		
IDRe3	Sí	12	0,050	0,123	0,297	0,086	(0,749)	0,462
	No	11	(0,073)		0,476	0,143		
IDRe4	Sí	12	0,000	0,073	0,459	0,133	(0,319)	0,753
	No	11	(0,073)		0,628	0,189		
IDRe5	Sí	12	(0,117)	(0,062)	0,562	0,162	0,3	0,767
	No	11	(0,055)		0,411	0,124		

\*p<0,01; \*\*p<0,05; \*\*\*p<0,10.

Fuente: elaboración propia.

Evolución por cada tipo de entidad, comparativa según la necesidad de ayuda estatal por elementos de contenido.

	Ayuda estatal (11)		No ayuda estatal (12)			Ayuda estatal (11)		No ayuda estatal (12)	
	Media I/F	Diferencia	Media I/F	Diferencia		Media I/F	Diferencia	Media I/F	Diferencia
IDRc1	1,091	(0,011)	1,052	(0,458)*	IDRh1	1,091	(0,136)	1,111	(0,069)
	1,080		0,594			0,955		1,042	
IDRc2	1,333	(0,091)	1,236	(0,181)***	IDRh2	0,980	(0,020)	0,833	(0,046)
	1,242		1,056			0,960		0,787	
IDRc3	0,939	0,242	1,083	(0,139)***	IDRh3	1,182	0,030	1,375	(0,014)
	1,182		0,944			1,212		1,361	
IDRc4	0,800	0,055	0,983	(0,267)	IDRh4	0,727	0,045	0,875	(0,111)
	0,855		0,717			0,773		0,764	
IDRc5	0,955	(0,250)	0,667	0,021	IDRh5	1,061	(0,242)**	1,028	(0,111)
	0,705		0,688			0,818		0,917	
IDRs1	1,000	0,000	0,867	(0,017)	IDRh6	1,455	0,073	1,367	(0,100)
	1,000		0,850			1,527		1,267	
IDRs2	1,591	(0,167)	1,444	(0,111)	IDRh7	0,386	0,205	0,188	0,292**
	1,424		1,333			0,591		0,479	
IDRs3	0,782	0,091	0,767	0,133	IDRe1	0,879	(0,106)	0,903	(0,097)
	0,873		0,900			0,773		0,806	

Anexos

IDRs4	1,382	(0,291)	0,900	(0,033)	IDRe2	1,636	(0,091)	1,583	(0,033)
	1,091		0,867			1,546		1,550	
IDRs5	1,068	(0,023)	0,875	0,000	IDRe3	1,182	(0,091)	1,150	0,067
	1,046		0,875			1,091		1,217	
IDRs6	0,800	0,327**	0,650	0,000	IDRe4	1,164	0,018	1,083	(0,083)
	1,127		0,650			1,182		1,000	
					IDRe5	0,800	0,091	1,050	(0,250)***
						0,891		0,800	

\*p<0,01; \*\*p<0,05; \*\*\*p<0,10.

Fuente: elaboración propia.

	Ayuda estatal	N	Evolución media	Diferencia	Desviación típ.	Error típ. de la media	t	Sig.
IDRc1	Sí	11	(0,009)	0,452**	0,454	0,137	(2,721)	0,013
	No	12	(0,461)		0,339	0,098		
IDRc2	Sí	11	(0,089)	0,092	0,252	0,076	(0,76)	0,456
	No	12	(0,181)		0,320	0,092		
IDRc3	Sí	11	0,242	0,381**	0,558	0,168	(2,121)	0,046
	No	12	(0,139)		0,264	0,076		
IDRc4	Sí	11	0,055	0,321	0,537	0,162	(1,373)	0,184
	No	12	(0,267)		0,580	0,168		
IDRc5	Sí	11	(0,250)	(0,271)	0,581	0,175	1,129	0,272
	No	12	0,021		0,569	0,164		
IDRs1	Sí	11	0,000	0,017	0,410	0,124	(0,104)	0,918
	No	12	(0,017)		0,356	0,103		
IDRs2	Sí	11	(0,167)	(0,057)	0,349	0,105	0,362	0,721
	No	12	(0,110)		0,404	0,117		
IDRs3	Sí	11	0,091	(0,042)	0,226	0,068	0,215	0,832
	No	12	0,133		0,617	0,178		
IDRs4	Sí	11	(0,291)	(0,258)	0,602	0,182	1,322	0,2
	No	12	(0,033)		0,293	0,085		
IDRs5	Sí	11	(0,023)	(0,023)	0,530	0,160	0,092	0,927
	No	12	0,000		0,640	0,185		
IDRs6	Sí	11	0,327	0,327**	0,372	0,112	(2,109)	0,047
	No	12	0,000		0,372	0,107		
IDRh1	Sí	11	(0,138)	(0,069)	0,644	0,194	0,257	0,8
	No	12	(0,069)		0,644	0,186		
IDRh2	Sí	11	(0,019)	0,026	0,288	0,087	(0,187)	0,854
	No	12	(0,045)		0,368	0,106		
IDRh3	Sí	11	0,031	0,046	0,487	0,147	(0,25)	0,805
	No	12	(0,015)		0,394	0,114		
IDRh4	Sí	11	0,045	0,155	0,307	0,092	(0,982)	0,337
	No	12	(0,111)		0,435	0,126		
IDRh5	Sí	11	(0,242)	(0,134)	0,354	0,107	0,756	0,458
	No	12	(0,108)		0,478	0,138		
IDRh6	Sí	11	0,073	0,173	0,224	0,068	(1,037)	0,311
	No	12	(0,100)		0,508	0,147		
IDRh7	Sí	11	0,205	(0,087)	0,498	0,150	0,497	0,624
	No	12	0,292		0,334	0,097		
IDRe1	Sí	11	(0,105)	(0,008)	0,240	0,072	0,079	0,938
	No	12	(0,097)		0,240	0,069		
IDRe2	Sí	11	(0,091)	(0,058)	0,582	0,176	0,306	0,762
	No	12	(0,033)		0,281	0,081		
IDRe3	Sí	11	(0,091)	(0,158)	0,441	0,133	0,971	0,343



La Responsabilidad Social Corporativa en las Entidades Financieras de Depósito en España

	No	12	0,067		0,334	0,096		
IDRe4	Sí	11	0,018	0,102	0,616	0,186	(0,446)	0,66
	No	12	(0,083)		0,471	0,136		
IDRe5	Sí	11	0,091	0,341***	0,485	0,146	(1,761)	0,093
	No	12	(0,250)		0,444	0,128		

\*p<0,01; \*\*p<0,05; \*\*\*p<0,10.

Fuente: elaboración propia.

Evolución por cada tipo de entidad, Comparativa en función de las dimensiones de la empresa de auditoría por elementos de contenido.

	Gran auditora (13)		Otras auditoras (10)			Gran auditora (13)		Otras auditoras (10)	
	Media I/F	Diferencia	Media I/F	Diferencia		Media I/F	Diferencia	Media I/F	Diferencia
IDRc1	1,154	(0,298)**	0,963	(0,175)	IDRh1	1,256	(0,244)	0,900	0,083
	0,856		0,788			1,013		0,983	
IDRc2	1,346	(0,141)	1,200	(0,133)	IDRh2	0,838	(0,094)	0,989	0,044
	1,205		1,067			0,744		1,033	
IDRc3	0,974	(0,077)	1,067	0,200	IDRh3	1,308	0,026	1,250	(0,017)
	0,897		1,267			1,333		1,233	
IDRc4	0,800	0,200	1,020	(0,520)*	IDRh4	0,962	(0,154)	0,600	0,117
	1,000		0,500			0,808		0,717	
IDRc5	0,904	(0,173)	0,675	(0,025)	IDRh5	1,128	(0,321)**	0,933	0,017
	0,731		0,650			0,808		0,950	
IDRs1	0,892	(0,031)	0,980	0,020	IDRh6	1,477	(0,077)	1,320	0,060
	0,862		1,000			1,400		1,380	
IDRs2	1,526	(0,103)	1,500	(0,183)***	IDRh7	0,308	0,269**	0,250	0,225
	1,423		1,317			0,577		0,475	
IDRs3	0,677	0,139	0,900	0,080	IDRe1	0,949	(0,064)	0,817	(0,150)
	0,815		0,980			0,885		0,667	
IDRs4	1,000	(0,215)	1,300	(0,080)	IDRe2	1,723	(0,031)	1,460	(0,100)
	0,785		1,220			1,692		1,360	
IDRs5	0,962	(0,135)	0,975	0,150	IDRe3	1,215	0,031	1,100	(0,060)
	0,827		1,125			1,246		1,040	
IDRs6	0,846	0,123	0,560	0,200	IDRe4	1,246	(0,139)	0,960	0,100
	0,969		0,760			1,108		1,060	
					IDRe5	1,062	(0,154)	0,760	0,000
						0,908		0,760	

\*p<0,01; \*\*p<0,05; \*\*\*p<0,10.

Fuente: elaboración propia.

	Auditoría	N	Evolución media	Diferencia	Desviación típ.	Error típ. de la media	t	Sig.
IDRc1	Grande	13	(0,298)	(0,122)	0,438	0,121	0,631	0,535
	Otras	10	(0,176)		0,484	0,153		
IDRc2	Grande	13	(0,141)	(0,009)	0,317	0,088	0,071	0,944
	Otras	10	(0,132)		0,258	0,082		
IDRc3	Grande	13	(0,077)	(0,276)	0,411	0,114	1,451	0,161
	Otras	10	0,199		0,502	0,159		

Anexos

IDRc4	Grande	13	0,200	0,720*	0,516	0,143	(3,802)	0,001
	Otras	10	(0,520)		0,343	0,108		
IDRc5	Grande	13	(0,173)	(0,148)	0,616	0,171	0,6	0,555
	Otras	10	(0,025)		0,546	0,173		
IDRs1	Grande	13	(0,031)	(0,051)	0,315	0,087	0,316	0,755
	Otras	10	0,020		0,457	0,144		
IDRs2	Grande	13	(0,102)	0,081	0,428	0,119	(0,508)	0,617
	Otras	10	(0,183)		0,298	0,094		
IDRs3	Grande	13	0,139	0,059	0,369	0,102	(0,294)	0,771
	Otras	10	0,080		0,583	0,184		
IDRs4	Grande	13	(0,215)	(0,135)	0,465	0,129	0,67	0,51
	Otras	10	(0,080)		0,501	0,158		
IDRs5	Grande	13	(0,135)	(0,285)	0,475	0,132	1,185	0,249
	Otras	10	0,150		0,679	0,215		
IDRs6	Grande	13	0,123	(0,077)	0,444	0,123	0,449	0,658
	Otras	10	0,200		0,353	0,112		
IDRh1	Grande	13	(0,244)	(0,326)	0,774	0,215	1,244	0,227
	Otras	10	0,082		0,326	0,103		
IDRh2	Grande	13	(0,092)	(0,137)	0,330	0,091	1,005	0,326
	Otras	10	0,045		0,318	0,101		
IDRh3	Grande	13	0,026	0,044	0,346	0,096	(0,238)	0,814
	Otras	10	(0,018)		0,541	0,171		
IDRh4	Grande	13	(0,154)	(0,270)***	0,411	0,114	1,861	0,077
	Otras	10	0,116		0,284	0,090		
IDRh5	Grande	13	(0,319)	(0,338)**	0,448	0,124	2,165	0,042
	Otras	10	0,019		0,299	0,095		
IDRh6	Grande	13	(0,077)	(0,137)	0,265	0,074	0,808	0,428
	Otras	10	0,060		0,534	0,169		
IDRh7	Grande	13	0,269	0,044	0,426	0,118	(0,249)	0,806
	Otras	10	0,225		0,416	0,132		
IDRe1	Grande	13	(0,064)	0,084	0,188	0,052	(0,847)	0,406
	Otras	10	(0,148)		0,288	0,091		
IDRe2	Grande	13	(0,031)	0,069	0,304	0,084	(0,366)	0,718
	Otras	10	(0,100)		0,591	0,187		
IDRe3	Grande	13	0,031	0,091	0,415	0,115	(0,547)	0,59
	Otras	10	(0,060)		0,366	0,116		
IDRe4	Grande	13	(0,139)	(0,239)	0,427	0,119	1,063	0,3
	Otras	10	0,100		0,648	0,205		
IDRe5	Grande	13	(0,154)	(0,154)	0,477	0,132	0,746	0,464
	Otras	10	0,000		0,508	0,161		

\*p<0,01; \*\*p<0,05; \*\*\*p<0,10.

Fuente: elaboración propia.

Anexo comparativa evolución de items

IDR Clientes y productos (IDRc)												
Elementos de categorías de contenido	Contenido de los items	Calidad de información por item				% de entidades que divulgan información						
		Inicial	Final	Diferencia	%Dif	2007	2008	2009	2010	%variación divulgación 07-10		
Consumo ético	IDRc1	IDRc11	Consideración de criterios de sostenibilidad a través del diseño de productos y servicios básicos	1,652	0,913	(0,739)*	(44,74)%	100,00%	91,30%	79,17%	57,14%	(42,86)%
		IDRc12	Desarrollo e innovación de nuevos productos	0,826	0,913	0,087	10,53%	60,00%	65,22%	58,33%	61,90%	3,17%
		IDRc13	Adhesión a estándares y códigos voluntarios relativos a comunicaciones de marketing	0,478	0,870	0,391*	81,82%	45,00%	43,48%	79,17%	76,19%	69,31%
		IDRc14	Incumplimiento regulaciones relativas a las comunicaciones de marketing (publicidad, promoción, patrocinio, etc.)	1,696	1,261	(0,435)*	(25,64)%	85,00%	69,57%	75,00%	61,90%	(27,17)%
		IDRc15	Promoción uso de productos y servicios de forma justa y razonable a grupos de clientes sensibles	0,696	0,478	(0,217)	(31,25)%	70,00%	39,13%	29,17%	52,38%	(25,17)%
		IDRc16	Información y etiquetado acerca del impacto sobre la sostenibilidad	0,696	0,522	(0,174)	(25,00)%	50,00%	43,48%	66,67%	52,38%	4,76%
		IDRc17	Incumplimientos regulación sobre información y etiquetado	1,043	0,870	(0,174)	(16,67)%	55,00%	56,52%	50,00%	38,10%	(30,74)%
		IDRc18	Multas por incumplimiento normativa en el uso o suministro de productos y servicios	1,478	0,783	(0,696)*	(47,06)%	70,00%	69,57%	66,67%	42,86%	(38,78)%
Satisfacción del cliente y calidad del servicio prestado	IDRc2	IDRc21	Canales de comunicación con clientes	1,261	0,522	(0,739)*	(58,62)%	90,00%	60,87%	45,83%	28,57%	(68,25)%
		IDRc22	Políticas de gestión de diferencias entre cliente y entidad	1,348	1,087	(0,261)	(19,35)%	75,00%	78,26%	79,17%	61,90%	(17,46)%
		IDRc23	Prácticas mejora satisfacción clientes	0,565	0,522	(0,043)	(7,69)%	50,00%	30,43%	33,33%	28,57%	(42,86)%
		IDRc24	Estudios de satisfacción necesidades del cliente	1,696	1,696	0,000	0,00%	85,00%	82,61%	83,33%	90,48%	6,44%
		IDRc25	Cumplimiento normativo: quejas y reclamaciones	1,913	1,783	(0,130)	(6,82)%	95,00%	95,65%	91,67%	90,48%	(4,76)%
		IDRc26	Estudios de medición de calidad del servicio	0,913	1,261	0,348	38,10%	65,00%	82,61%	58,33%	71,43%	9,89%
Seguridad de los	IDRc3	IDRc31	Impacto de los productos en la seguridad de los clientes	0,826	1,087	0,261	31,58%	70,00%	78,26%	75,00%	80,95%	15,65%

## Anexos

clientes y confidencialidad		IDRc32	Incidentes derivados del incumplimiento de la regulación legal o de los códigos voluntarios relativos a los impactos de los productos y servicios en la salud y la seguridad	1,043	1,130	0,087	8,33%	50,00%	34,78%	37,50%	57,14%	14,29%
		IDRc33	Privacidad del cliente, secreto bancario	1,174	0,957	(0,217)	(18,52)%	85,00%	65,22%	66,67%	71,43%	(15,97)%
Inclusión de clientes	IDRc4	IDRc41	Política hacia clientes insolventes	0,043	0,478	0,435*	1000%	5,00%	39,13%	37,50%	33,33%	566,67%
		IDRc42	Inclusión financiera (geográfica)	1,174	1,000	(0,174)	(14,81)%	65,00%	52,17%	66,67%	52,38%	(19,41)%
		IDRc43	Inclusión financiera (colectivos)	1,391	0,957	(0,435)*	(31,25)%	85,00%	86,96%	83,33%	47,62%	(43,98)%
		IDRc44	Alfabetización y educación financiera	0,478	0,696	0,217	45,45%	30,00%	39,13%	54,17%	52,38%	74,60%
		IDRc45	Accesibilidad a canales no presenciales	1,391	0,783	(0,609)*	(43,75)%	75,00%	78,26%	75,00%	42,86%	(42,86)%
Otra información	IDRc5	IDRc51	Perfil de cliente de la entidad	1,304	1,217	(0,087)	(6,67)%	65,00%	56,52%	58,33%	57,14%	(12,09)%
		IDRc52	Implicación clientes en la acción social	0,522	0,522	0,000	0,00%	25,00%	43,48%	54,17%	33,33%	33,33%
		IDRc53	Premios y otros reconocimientos	1,087	0,652	(0,435)*	(40,00)%	60,00%	52,17%	54,17%	38,10%	(36,51)%
		IDRc54	Adhesión a principios y acuerdos sobre RSC de las inversiones	0,304	0,391	0,087	28,57%	20,00%	21,74%	8,33%	33,33%	66,67%

\*p<0,01; \*\*p<0,05; \*\*\*p<0,10.

Fuente: elaboración propia.

IDR Comunidad (IDRs)												
Elementos de categorías de contenido		Contenido de los ítems	Calidad de información por ítem				% de entidades que divulgan información					
			Inicial	Final	Diferencia	%Dif	2007	2008	2009	2010	%variación divulgación 07-10	
Políticas, declaraciones y sistemas de gestión social	IDRS1		Política social	0,957	0,957	0,000	0,00%	95,00%	95,65%	95,83%	100,00%	5,26%
		IDRS12	Definición objetivos sociales y cumplimiento	0,913	0,826	(0,087)	(9,52)%	80,00%	82,61%	70,83%	61,90%	(22,62)%
		IDRS13	Premios concedidos y certificados	1,435	1,478	0,043	3,03%	75,00%	73,91%	83,33%	80,95%	7,94%
		IDRS14	Participación en foros	1,348	1,304	(0,043)	(3,23)%	75,00%	95,65%	91,67%	90,48%	20,63%
		IDRS15	Política de voto accionarial sobre asuntos sociales	0,000	0,043	0,043	#iDIV/0!	0,00%	8,70%	4,17%	4,76%	#iDIV/0!
Actividades de apoyo a la comunidad local	IDRS2	IDRS21	Patrocinio y mecenazgo	1,652	1,783	0,130	7,89%	85,00%	91,30%	95,83%	95,24%	12,04%
		IDRS22	Actividades benéficas / filantrópicas con inversión en proyectos locales	1,783	1,739	(0,043)	(2,44)%	100,00%	95,65%	95,83%	90,48%	(9,52)%

La Responsabilidad Social Corporativa en las Entidades Financieras de Depósito en España

		IDRS23	Política, prácticas y proporción de gasto correspondiente a proveedores locales	1,174	1,217	0,043	3,70%	60,00%	78,26%	70,83%	71,43%	19,05%
		IDRS24	Apoyo proyectos de pymes y emprendedores	1,522	1,217	(0,304)	(20,00)%	100,00%	95,65%	79,17%	76,19%	(23,81)%
		IDRS25	Aportación de la empresa al entorno local (empleo, salarios e ingresos fiscales)	1,826	1,130	(0,696)*	(38,10)%	95,00%	91,30%	79,17%	61,90%	(34,84)%
		IDRS26	Mecanismos de comunicación/relación con la población local	1,130	1,174	0,043	3,85%	95,00%	82,61%	91,67%	85,71%	(9,77)%
Contribución a la economía nacional	IDRS <sub>3</sub>	IDRS31	Contribución a las finanzas gubernamentales	1,609	1,565	(0,043)	(2,70)%	85,00%	86,96%	66,67%	76,19%	(10,36)%
		IDRS32	Política sobre empleo de paraísos fiscales	0,261	0,391	0,130	50,00%	15,00%	21,74%	25,00%	33,33%	122,22%
		IDRS33	Inversión en infraestructuras	0,609	0,957	0,348	57,14%	40,00%	47,83%	66,67%	61,90%	54,76%
		IDRS34	Participación en el capital de compañías con proyectos de componente social	0,652	0,913	0,261	40,00%	30,00%	56,52%	54,17%	52,38%	74,60%
		IDRS35	Aportación al PIB nacional	0,739	0,609	(0,130)	(17,65)%	35,00%	39,13%	29,17%	28,57%	(18,37)%
Cumplimiento de la legislación, corrupción y competencia	IDRS <sub>4</sub>	IDRS41	Mecanismos de verificación, auditoría y evaluación de la implantación y cumplimiento de las medidas contra el soborno y la corrupción en las unidades de negocio	1,696	1,739	0,043	2,56%	95,00%	100,00%	100,00%	100,00%	5,26%
		IDRS42	Medidas adoptadas ante situaciones de corrupción	0,478	0,696	0,217	45,45%	30,00%	34,78%	45,83%	38,10%	26,98%
		IDRS43	Número de infracciones legales incurridas como resultado de prácticas de corrupción	1,130	0,696	(0,435)**	(38,46)%	55,00%	69,57%	58,33%	33,33%	(39,39)%
		IDRS44	Competencia desleal y libre competencia	1,565	1,174	(0,391)**	(25,00)%	80,00%	78,26%	75,00%	61,90%	(22,62)%
		IDRS45	Cumplimiento normativa	0,783	0,565	(0,217)	(27,78)%	45,00%	34,78%	41,67%	42,86%	(4,76)%
Política pública	IDRS <sub>5</sub>	IDRS51	Actividades organizadas para influir en la formulación de políticas gubernamentales	0,826	0,870	0,043	5,26%	70,00%	78,26%	70,83%	71,43%	2,04%
		IDRS52	Financiación concedida en forma de créditos a partidos políticos	0,826	0,609	(0,217)*	(26,32)%	60,00%	52,17%	45,83%	42,86%	(28,57)%
		IDRS53	Aportaciones financieras o en especie a partidos políticos u otras instituciones	0,696	0,696	0,000	0,00%	35,00%	39,13%	45,83%	38,10%	8,84%
		IDRS54	Recepción de subvenciones y ayudas por parte de gobiernos y otros terceros	1,522	1,652	0,130	8,57%	90,00%	82,61%	83,33%	85,71%	(4,76)%
Actividad social a través de la actividad intermediadora	IDRS <sub>6</sub>	IDRS61	Criterios sociales en la evaluación de clientes y socios	0,522	0,957	0,435*	83,33%	50,00%	34,78%	79,17%	76,19%	52,38%
		IDRS62	Evaluación y control de riesgos sociales en las líneas de negocio	0,696	0,870	0,174	25,00%	40,00%	21,74%	45,83%	61,90%	54,76%
		IDRS63	Activos sujetos a controles sociales	0,348	0,609	0,261	75,00%	20,00%	17,39%	29,17%	38,10%	90,48%
		IDRS64	Productos y servicios diseñados para proporcionar un beneficio social	1,391	1,217	(0,174)	(12,50)%	85,00%	69,57%	66,67%	66,67%	(21,57)%

Anexos

	IDRS65	Medidas financiación terrorismo y/o industria armamentísticas	0,652	0,739	0,087	13,33%	65,00%	47,83%	62,50%	71,43%	9,89%
--	--------	---	-------	-------	-------	--------	--------	--------	--------	--------	-------

\*p<0,01; \*\*p<0,05; \*\*\*p<0,10.

Fuente: elaboración propia.

IDR Empleados (IDR <sub>h</sub> )												
Elementos de categorías de contenido	Contenido de los ítems	Calidad de información por ítem				% de entidades que divulgan información						
		Inicial	Final	Diferencia	%Dif.	2007	2008	2009	2010	%variación divulgación 07-10		
Relaciones empresa / trabajador	IDR <sub>h1</sub>	IDRh11	Política y mecanismos de comunicación y consulta	1,304	1,174	(0,130)	(10,00)%	80,00%	86,96%	91,67%	71,43%	(10,71)%
		IDRh12	Encuestas de clima laboral e índice de satisfacción	1,043	1,000	(0,043)	(4,17)%	75,00%	69,57%	62,50%	47,62%	(36,51)%
		IDRh13	Empleados con convenio colectivo	0,870	1,087	0,217	25,00%	45,00%	69,57%	58,33%	61,90%	37,57%
		IDRh14	Períodos de preaviso	0,826	0,696	(0,130)	(15,79)%	45,00%	47,83%	54,17%	42,86%	(4,76)%
		IDRh15	Sistemas de negociación colectiva y acuerdos retributivos y de condiciones de trabajo	1,130	1,130	0,000	0,00%	70,00%	82,61%	62,50%	76,19%	8,84%
		IDRh16	Respeto de la libertad de asociación y los derechos de negociación	1,435	0,913	(0,522)*	(36,36)%	85,00%	73,91%	79,17%	52,38%	(38,38)%
Salud y seguridad	IDR <sub>h2</sub>	IDRh21	Políticas y programas de salud y seguridad	0,783	1,000	0,217**	27,78%	70,00%	91,30%	95,83%	90,48%	29,25%
		IDRh22	Información y formación a los empleados en riesgos laborales	1,261	1,217	(0,043)	(3,45)%	85,00%	82,61%	70,83%	90,48%	6,44%
		IDRh23	Premios recibidos	0,870	0,652	(0,217)	(25,00)%	45,00%	30,43%	41,67%	38,10%	(15,34)%
		IDRh24	Accidentalidad	1,391	1,565	0,174	12,50%	65,00%	73,91%	62,50%	80,95%	24,54%
		IDRh25	Absentismo / enfermedades profesionales	1,652	1,739	0,087	5,26%	80,00%	91,30%	91,67%	85,71%	7,14%
		IDRh26	Sanciones y multas	0,000	0,000	0,000	#iDIV/0!	0,00%	0,00%	0,00%	4,76%	#iDIV/0!
		IDRh27	Inversiones en medidas de seguridad y salud	0,000	0,000	0,000	#iDIV/0!	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	#iDIV/0!
		IDRh28	Evaluación / identificación de riesgos	0,870	0,652	(0,217)	(25,00)%	55,00%	73,91%	45,83%	42,86%	(22,08)%

La Responsabilidad Social Corporativa en las Entidades Financieras de Depósito en España

		IDRh29	Representación de trabajadores en comités de seguridad y salud	1,304	1,000	(0,304)	(23,33)%	65,00%	82,61%	70,83%	61,90%	(4,76)%
Formación y desarrollo profesional	IDRh3	IDRh31	Política y programas de formación continua y gestión de carreras profesionales	1,652	1,348	(0,304)**	(18,42)%	100,00%	100,00%	95,83%	95,24%	(4,76)%
		IDRh32	Horas de formación por empleado y categoría profesional	1,913	1,913	0,000	0,00%	95,00%	100,00%	95,83%	95,24%	0,25%
		IDRh33	Empleados que reciben evaluaciones de desempeño y desarrollo profesional	1,174	1,391	0,217	18,52%	60,00%	78,26%	54,17%	76,19%	26,98%
		IDRh34	Medición satisfacción formación empleados	0,478	0,696	0,217	45,45%	30,00%	34,78%	25,00%	38,10%	26,98%
		IDRh35	Fondos invertidos en formación	1,391	1,130	(0,261)	(18,75)%	65,00%	60,87%	62,50%	57,14%	(12,09)%
		IDRh36	Distribución de ascensos	1,087	1,261	0,174	16,00%	50,00%	69,57%	70,83%	66,67%	33,33%
Retribución y condiciones de trabajo	IDRh4	IDRh41	Políticas de retribución y horarios de trabajo	0,609	0,696	0,087	14,29%	55,00%	60,87%	54,17%	57,14%	3,90%
		IDRh42	Gastos de personal	0,696	0,522	(0,174)	(25,00)%	35,00%	21,74%	20,83%	23,81%	(31,97)%
		IDRh43	Prestaciones sociales no exigidas por ley y planes de beneficios sociales	1,391	1,304	(0,087)	(6,25)%	90,00%	86,96%	83,33%	85,71%	(4,76)%
		IDRh44	Programas de conciliación y compatibilidad horario laboral con familiar	1,043	1,087	0,043	4,17%	65,00%	100,00%	100,00%	85,71%	31,87%
		IDRh45	Participación en los beneficios	0,000	0,087	0,087	#iDIV/0!	0,00%	4,35%	4,17%	4,76%	#iDIV/0!
		IDRh46	Relación entre salario de la compañía y el salario mínimo local	1,087	0,913	(0,174)	(16,00)%	55,00%	82,61%	70,83%	52,38%	(4,76)%
Condiciones de contratación y despido	IDRh5	IDRh51	Política de contratación, reclutamiento y selección	0,609	0,522	(0,087)	(14,29)%	50,00%	56,52%	62,50%	47,62%	(4,76)%
		IDRh52	Contratación personal y altos directivos locales	0,391	0,478	0,087	22,22%	30,00%	30,43%	16,67%	38,10%	26,98%
		IDRh53	Planes de acogida	0,609	0,478	(0,130)	(21,43)%	50,00%	60,87%	58,33%	38,10%	(23,81)%
		IDRh54	Pérdida/creación empleo neta	1,652	1,391	(0,261)	(15,79)%	85,00%	73,91%	50,00%	66,67%	(21,57)%
		IDRh55	Contratación a través de prácticas profesionales	1,087	0,783	(0,304)	(28,00)%	60,00%	52,17%	54,17%	42,86%	(28,57)%
		IDRh56	Rotaciones	1,913	1,565	(0,348)**	(18,18)%	95,00%	86,96%	87,50%	85,71%	(9,77)%
Diversidad e igualdad de oportunidades	IDRh6	IDRh61	Composición órganos corporativos por sexo y edad	1,043	0,957	(0,087)	(8,33)%	55,00%	60,87%	66,67%	52,38%	(4,76)%
		IDRh62	Desglose empleos por tipo de empleo, contrato y región	1,913	2,000	0,087	4,55%	95,00%	91,30%	95,83%	100,00%	5,26%
		IDRh63	Composición plantilla por sexo y edad	1,913	2,000	0,087	4,55%	95,00%	100,00%	100,00%	100,00%	5,26%
		IDRh64	Ratio salarial por sexo	1,043	0,870	(0,174)	(16,67)%	80,00%	91,30%	87,50%	66,67%	(16,67)%
		IDRh65	Contratación de personas con discapacidad	1,130	1,130	0,000	0,00%	60,00%	69,57%	58,33%	57,14%	(4,76)%
Otra información	IDRh7	IDRh71	Política de adaptación al cambio estructural del sector	0,043	0,609	0,565*	1300,00%	0,00%	17,39%	41,67%	52,38%	#iDIV/0!
		IDRh72	Delegación y trabajo en equipo	0,043	0,261	0,217*	500,00%	5,00%	8,70%	16,67%	28,57%	471,43%

## Anexos

	IDRh73	Voluntariado corporativo	0,522	0,652	0,130	25,00%	35,00%	43,48%	45,83%	52,38%	49,66%
	IDRh74	Gestión transparente y veraz (control de la corrupción)	0,522	0,609	0,087	16,67%	40,00%	30,43%	20,83%	42,86%	7,14%

\*p<0,01; \*\*p<0,05; \*\*\*p<0,10.

Fuente: elaboración propia.

IDR Medioambiente (IDRe)												
Elementos de categorías de contenido		Contenido de los ítems		Calidad de información por ítem				% de entidades que divulgan información				
				Inicial	Final	Diferencia	%Diferencia	2007	2008	2009	2010	%variación divulgación 07-10
Políticas, declaraciones y sistemas de gestión ambiental	IDRe1	IDRe11	Política medioambiental y sistemas de gestión medioambiental	1,000	0,870	(0,130)**	(13,04)%	100%	100%	95,83%	85,71%	(14,29)%
		IDRe12	Definición de objetivos medioambientales	1,000	1,043	0,043	4,35%	85,00%	86,96%	75,00%	71,43%	(15,97)%
		IDRe13	Consideración de consecuencias financieras y otros riesgos y oportunidades para las actividades de la organización debido al cambio climático	0,304	0,391	0,087	28,57%	30,00%	26,09%	20,83%	38,10%	26,98%
		IDRe14	Premios concedidos y certificados	1,609	1,522	(0,087)	(5,41)%	90,00%	78,26%	91,67%	76,19%	(15,34)%
		IDRe15	Participación en foros	1,348	1,043	(0,304)	(22,58)%	85,00%	65,22%	87,50%	76,19%	(10,36)%
		IDRe16	Política de voto accionarial en asuntos medioambientales	0,087	0,087	0,000	0,00%	10,00%	13,04%	8,33%	9,52%	(4,76)%
Consumo y conservación de recursos y energía	IDRe2	IDRe21	Consumo de agua y materiales	2,000	1,870	(0,130)	(6,52)%	100,00%	95,65%	95,83%	95,24%	(4,76)%
		IDRe22	Uso de material reciclado	1,304	1,391	0,087	6,67%	70,00%	73,91%	83,33%	66,67%	(4,76)%
		IDRe23	Programas reducción del consumo, reutilización y eficiencia energética	1,478	1,609	0,130	8,82%	85,00%	95,65%	100,00%	100,00%	17,65%
		IDRe24	Consumo energético	2,000	1,826	(0,174)	(8,70)%	100,00%	95,65%	95,83%	90,48%	(9,52)%
		IDRe25	Empleo de energías renovables	1,261	1,435	0,174	13,79%	65,00%	60,87%	66,67%	71,43%	9,89%
Emisiones, vertidos y	IDRe3	IDRe31	Emisiones al aire y residuos	1,870	1,652	(0,217)**	(11,63)%	95,00%	91,30%	87,50%	85,71%	(9,77)%



La Responsabilidad Social Corporativa en las Entidades Financieras de Depósito en España

residuos e impactos en los ecosistemas		IDRe32	Impacto transporte de bienes, materiales y personal de la organización y medidas para su control	1,217	1,304	0,087	7,14%	60,00%	73,91%	79,17%	71,43%	19,05%
		IDRe33	Emissiones derivadas de viajes a nombre de la compañía y mensajería y medidas para su control	0,087	0,435	0,348*	400,00%	5,00%	13,04%	20,83%	28,57%	471,43%
		IDRe34	Residuos gestionados	1,826	1,565	(0,261)	(14,29)%	100,00%	100,00%	95,83%	80,95%	(19,05)%
		IDRe35	Programas de reducción de contaminación y protección ecosistemas	0,826	1,043	0,217	26,32%	50,00%	78,26%	83,33%	61,90%	23,81%
Inversiones y gastos medioambientales y cumplimiento normativo	IDRe4	IDRe41	Participación en el capital de compañías con proyectos de componente medioambiental	0,870	0,870	0,000	0,00%	55,00%	43,48%	58,33%	47,62%	(13,42)%
		IDRe42	Fondos destinados a actividades medioambientales en la sociedad	1,478	1,478	0,000	0,00%	85,00%	82,61%	87,50%	85,71%	0,84%
		IDRe43	Actividades de I+D orientadas a la protección medioambiental	0,870	0,826	(0,043)	(5,00)%	55,00%	69,57%	45,83%	71,43%	29,87%
		IDRe44	Exigencia de criterios medioambientales proveedores	0,913	0,913	0,000	0,00%	75,00%	82,61%	91,67%	76,19%	1,59%
		IDRe45	Multas y sanciones por incumplimiento normativa medioambiental	1,478	1,609	0,130	8,82%	75,00%	78,26%	79,17%	80,95%	7,94%
Medioambiente, productos y servicios	IDRe5	IDRe51	Productos y servicios diseñados para proporcionar un beneficio medioambiental	1,000	1,130	0,130	13,04%	70,00%	47,83%	75,00%	66,67%	(4,76)%
		IDRe52	Iniciativas para mitigar impactos medioambientales de los productos y servicios	0,783	0,565	(0,217)	(27,78)%	60,00%	60,87%	45,83%	42,86%	(28,57)%
		IDRe53	Criterios medioambientales en la evaluación de clientes y socios	0,826	0,696	(0,130)	(15,79)%	65,00%	65,22%	70,83%	57,14%	(12,09)%
		IDRe54	Control de riesgos medioambientales de clientes y en las líneas de negocio	0,478	0,609	0,130	27,27%	35,00%	34,78%	33,33%	42,86%	22,45%
		IDRe55	Financiación a compañías en proyectos con componente medioambiental	1,565	1,348	(0,217)	(13,89)%	85,00%	73,91%	87,50%	71,43%	(15,97)%

***Anexo 20. Valores de FIV***



Anexos

Anexo 20. Valores de factor de inflación de la varianza.

Modelo	1	2
Nj	5,448	5,495
Dep_Cli	6,264	
Inter		4,704
ROE	1,675	1,754
ROA	2,389	2,180
End	3,012	3,684
I_Mor	2,787	2,998
R_Efi	2,201	2,113
R_Est		6,328
N_con	3,509	4,782
Dual	3,194	3,313
Con_Par	2,479	2,517
RSC_Dep	2,027	2,444
Ent_Cre	2,078	2,075
Inf_Pub	5,930	6,827
Est_Fin	3,859	3,946
Aud	3,066	3,370
Media VIF	3,328	3,558

Fuente: elaboración propia.



*Anexo 21. Datos originales obtenidos del análisis de contenido de las memorias  
de RSC*



## DATOS ORIGINALES OBTENIDOS DEL ANÁLISIS DE CONTENIDO DE LAS MEMORIAS DE RSC

Clientes 2007		BBVA	Santander	La Caixa	Caja Madrid	Banco Popular	Banesto	Bancaja	CAM	Banco Sabadell	Ibercaja	Caixa Galicia	Bankinter	Unicaja	Cajasol	BBK	Cajamar	Caja Laboral	Caja España	Kutxa	CAN	Caja Granada	Caixa Terrassa	Caja Burgos	Caja Vital Kutxa	C. R. Granada	Multicaja
Consumo ético	Consideración de criterios de sostenibilidad a través del diseño de productos y servicios básicos	2	2	2	2	1	1	2	1	2	2	-	-	-	1	2	-	2	2	2	2	1	1	2	1	-	-
	Desarrollo e innovación de nuevos productos	2	2	2	2	1	0	1	1	0	1	-	-	-	0	0	-	0	2	1	1	0	0	0	1	-	-
	Adhesión a estándares y códigos voluntarios relativos a comunicaciones de marketing	1	1	0	1	0	0	2	0	0	0	-	-	-	1	1	-	1	1	0	1	0	0	0	0	-	-
	Incumplimiento regulaciones relativas a las comunicaciones de marketing (publicidad, promoción, patrocinio, etc.)	2	2	2	1	2	0	2	2	2	0	-	-	-	2	2	-	2	0	2	2	2	2	2	2	-	-
	Promoción uso de productos y servicios de forma justa y razonable en grupos sensibles	2	0	2	1	1	0	1	1	1	1	-	-	-	1	0	-	1	1	0	1	0	1	0	1	-	-
	Información y etiquetado acerca del impacto sobre la sostenibilidad	2	0	0	1	2	0	2	0	0	0	-	-	-	1	2	-	1	0	1	1	0	0	1	0	-	-
	Incumplimientos regulación sobre información y etiquetado	0	2	0	0	2	0	2	0	0	0	-	-	-	2	2	-	2	0	0	2	2	2	2	2	-	-
	Multas por incumplimiento normativa	2	2	2	0	2	0	2	2	2	0	-	-	-	2	2	-	2	0	2	2	0	0	2	2	-	-
Satisfacción del cliente y calidad del servicio prestado	Canales de comunicación con clientes	0	2	2	2	2	1	2	2	1	2	-	-	-	1	0	-	2	2	1	1	1	2	1	1	-	-
	Políticas de gestión de diferencias entre cliente y entidad	2	1	2	1	2	0	2	2	2	2	-	-	-	2	0	-	2	2	2	2	2	0	0	0	-	-
	Prácticas mejora satisfacción clientes	0	0	2	0	1	0	1	1	0	1	-	-	-	0	0	-	1	0	1	1	0	1	0	1	-	-
	Estudios de satisfacción necesidades del cliente	2	2	2	2	0	2	2	0	2	0	-	-	-	2	2	-	2	2	2	2	2	2	2	2	-	-
	Cumplimiento normativo: quejas y reclamaciones	2	2	2	2	2	0	2	2	2	2	-	-	-	2	2	-	2	2	2	2	2	2	2	2	-	-
	Estudios de medición de calidad del	0	0	1	1	0	1	1	1	2	0	-	-	-	1	1	-	2	2	0	2	0	2	0	1	-	-







La Responsabilidad Social Corporativa en las Entidades Financieras de Depósito en España

	Inclusión financiera (colectivos)	2	1	2	1	1	0	2	2	0	1	-	-	1	2	1	-	2	2	2	2	1	1	0	2	1	1	
	Alfabetización y educación financiera	2	0	0	1	0	0	1	0	0	0	-	-	2	0	1	-	2	1	0	2	0	0	0	0	0	1	0
	Accesibilidad a canales no presenciales	2	2	2	1	1	0	0	0	2	2	-	-	2	2	2	-	0	2	2	0	1	2	2	2	2	2	
Otra información	Perfil de cliente de la entidad	0	2	0	0	2	0	2	0	0	2	-	-	2	2	0	-	0	2	2	0	2	2	2	0	2	2	
	Implicación clientes en acción social	0	1	2	1	2	1	2	0	0	0	-	-	0	0	0	-	0	0	1	2	0	1	0	1	0	0	
	Premios y otros reconocimientos	0	0	1	1	0	1	0	1	2	0	-	-	1	1	1	-	0	0	1	1	0	1	0	1	0	0	
	Adhesión a principios y acuerdos sobre RSC de las inversiones	1	2	1	0	1	0	0	0	0	0	-	-	0	0	0	-	0	0	0	2	0	0	0	0	0	0	

Clientes 2009		BBVA	Santander	La Caixa	Caja Madrid	Banco Popular	Banesto	Bancaja	CAM	Banco Sabadell	Ibercaja	Caixa Galicia	Bankinter	Unicaja	Cajasol	BBK	Cejamar	Caja Laboral	Caja España	Kutxa	CAN	Caja Granada	Caixa Terrassa	Caja Burgos	Caja Vital	C. R. de Granada	Multicaja	
Consumo ético	Consideración de criterios de sostenibilidad a través del diseño de productos y servicios básicos	2	2	2	1	2	2	2	0	2	2	2	2	2	2	2	-	0	2	2	2	2	0	2	0	0	2	
	Desarrollo e innovación de nuevos productos	0	1	2	2	2	2	1	2	1	1	0	0	0	0	0	-	0	2	1	0	1	1	2	0	0	0	
	Adhesión a estándares y códigos voluntarios relativos a comunicaciones de marketing	1	1	0	1	1	1	1	1	1	1	0	1	1	1	1	1	-	1	1	1	1	1	0	0	0	1	
	Incumplimiento regulaciones relativas a las comunicaciones de marketing (publicidad, promoción, patrocinio, etc.)	0	0	0	0	2	0	2	2	2	2	0	2	2	2	2	2	-	2	2	2	2	2	2	2	2	2	0
	Promoción uso de productos y servicios de forma justa y razonable en grupos sensibles	2	0	1	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	-	0	0	0	0	0	1	1	1	1	2
	Información y etiquetado acerca del impacto sobre la sostenibilidad	1	0	0	0	1	1	1	0	1	1	1	1	1	0	1	1	-	0	1	1	1	2	1	0	0	1	1
	Incumplimientos regulación sobre información y etiquetado	0	0	0	0	0	0	0	2	0	0	0	2	0	2	2	2	-	2	0	2	2	2	2	2	0	2	0
	Multas por incumplimiento normativa sobre el uso o suministro de productos y	2	0	2	0	2	0	2	0	2	2	2	2	2	0	2	2	-	2	0	2	2	0	2	2	0	2	2



La Responsabilidad Social Corporativa en las Entidades Financieras de Depósito en España

Clientes 2010		BBVA	Santander	La Caixa	Caja Madrid	Banco Popular	Banesto	Bancaja	CAM	Banco Sabadell	Ibercaja	Caixa Galicia	Bankinter	Unicaja	Cajasol	BBK	Cajamar	Caja Laboral	Caja España	Kutxa	CAN	Caja Granada	Caixa Terrassa	Caja Burgos	Caja Vital	C. R. de Granada	Multicaja
Consumo ético	Consideración de criterios de sostenibilidad a través del diseño de productos y servicios básicos	2	2	1	2	2	1	2	-	2	0	-	0	0	0	0	2	0	-	0	2	1	-	2	0	0	-
	Desarrollo e innovación de nuevos productos	2	1	1	0	0	0	2	-	2	1	-	0	1	1	0	0	0	-	1	1	1	-	1	1	0	-
	Adhesión a estándares y códigos voluntarios relativos a comunicaciones de marketing	0	1	0	1	2	1	2	-	1	0	-	1	1	1	1	1	0	-	1	1	1	-	1	0	1	-
	Incumplimiento regulaciones relativas a las comunicaciones de marketing (publicidad, promoción, patrocinio, etc.)	0	1	2	0	2	0	0	-	0	0	-	2	2	2	2	2	2	-	2	2	2	-	2	0	0	-
	Promoción uso de productos y servicios de forma justa y razonable en grupos sensibles	1	1	0	1	1	0	1	-	1	1	-	0	0	0	1	1	0	-	0	0	1	-	0	1	0	-
	Información y etiquetado acerca del impacto sobre la sostenibilidad	0	0	0	0	1	0	0	-	1	0	-	1	0	1	1	1	0	-	1	1	1	-	1	0	1	-
	Incumplimientos regulación sobre información y etiquetado	0	0	0	0	0	0	0	-	0	0	-	0	0	2	2	0	2	-	2	2	2	-	2	0	2	-
	Multas por incumplimiento normativa sobre el uso o suministro de productos y servicios	0	0	0	1	0	0	0	-	0	0	-	2	0	0	2	0	0	-	2	2	2	-	2	2	1	-
Satisfacción del cliente y calidad del servicio prestado	Canales de comunicación con clientes	0	0	0	2	1	0	2	-	0	0	-	0	0	0	0	1	0	-	0	1	0	-	1	0	0	-
	Políticas de gestión de diferencias entre cliente y entidad	0	1	0	1	1	0	2	-	2	1	-	2	2	2	0	1	0	-	2	0	2	-	0	0	1	-
	Prácticas mejora satisfacción clientes	0	1	2	1	0	2	0	-	1	0	-	0	0	0	0	0	2	-	0	0	0	-	0	0	0	-
	Estudios de satisfacción necesidades del cliente	2	2	2	2	2	2	2	-	2	1	-	2	0	2	2	2	2	-	2	2	0	-	2	2	2	-
	Cumplimiento normativo: quejas y reclamaciones	1	2	2	0	2	0	2	-	2	2	-	2	2	2	2	2	2	-	2	2	2	-	2	2	2	-
	Estudios de medición de calidad del servicio	0	1	1	1	2	2	0	-	2	2	-	0	0	1	0	0	2	-	1	2	2	-	2	2	1	-

Anexos

Seguridad de los clientes y confidencialidad	Impacto de los productos en la seguridad de los clientes	0	1	2	1	2	0	0	-	1	1	-	2	1	1	2	1	2	-	2	1	0	-	1	1	1	-
	Incidentes derivados del incumplimiento de la regulación legal o de los códigos voluntarios relativos a los impactos de los productos y servicios en la salud y la seguridad	0	0	0	0	2	0	0	-	2	0	-	0	2	2	2	0	2	-	2	2	2	-	2	2	2	-
	Privacidad del cliente, secreto bancario	0	0	1	0	1	1	2	-	0	1	-	1	1	0	2	2	0	-	2	2	1	-	2	1	1	-
Inclusión clientes	Política hacia clientes insolventes	0	0	2	1	1	0	2	-	0	1	-	0	0	0	0	1	0	-	0	0	0	-	0	0	1	-
	Inclusión financiera (geográfica)	2	0	1	2	2	0	2	-	2	0	-	0	0	0	0	2	2	-	0	2	2	-	2	0	0	-
	Inclusión financiera (colectivos)	2	2	2	2	2	0	2	-	0	0	-	0	1	0	0	2	2	-	0	0	2	-	0	0	0	-
	Alfabetización y educación financiera	2	0	1	1	0	0	0	-	0	2	-	0	2	2	1	1	1	-	0	2	1	-	0	0	0	-
	Accesibilidad a canales no presenciales	2	1	2	1	2	0	1	-	2	0	-	0	0	0	0	2	1	-	0	0	0	-	0	0	0	-
Otra información	Perfil de cliente de la entidad	0	2	0	0	2	0	2	-	0	2	-	0	2	2	0	2	2	-	2	0	2	-	0	2	2	-
	Implicación clientes en la acción social	0	0	0	1	2	0	2	-	2	0	-	0	1	0	0	0	0	-	0	2	0	-	2	0	0	-
	Premios y otros reconocimientos	0	0	0	2	0	2	0	-	2	0	-	1	2	0	1	0	0	-	1	0	0	-	0	2	0	-
	Adhesión a principios y acuerdos sobre RSC de las inversiones	1	1	0	0	1	1	0	-	1	0	-	0	0	0	0	0	0	-	0	2	0	-	2	0	0	-

COMUNIDAD 2007		BBVA	Santander	La Caixa	Caja Madrid	Banco Popular	Banesto	Bancaja	CAM	Banco Sabadell	Ibercaja	Caixa Galicia	Bankinter	Unicaja	Cajasol	BBK	Cajamar	Caja Laboral	Caja España	Kutxa	CAN	Caja Granada	Caixa Terrassa	Caja Burgos	Caja Vital	C. R. de Granada	Multicaja
		Políticas, declaraciones y sistemas de gestión social	Política social	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	-	-	-	1	0	-	1	1	1	1	1	1	1	1
	Definición objetivos sociales y cumplimiento	0	0	2	1	1	0	1	1	1	1	-	-	-	1	1	-	2	1	1	2	1	0	1	1	-	-
	Premios concedidos y certificados	1	1	0	2	2	1	2	2	0	2	-	-	-	0	2	-	0	2	2	2	2	0	2	2	-	-

La Responsabilidad Social Corporativa en las Entidades Financieras de Depósito en España

	Participación en foros	0	0	2	2	0	0	2	1	2	2	-	-	-	1	2	-	2	2	2	2	0	1	1	2	-	-	
	Política de voto accionarial sobre asuntos sociales	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	-	-	-	0	0	-	0	0	0	0	0	0	0	0	0	-	-
Actividades de apoyo e inversión en la comunidad local	Patrocinio y mecenazgo	2	2	1	2	0	0	2	2	2	2	-	-	-	2	0	-	2	2	2	2	2	2	2	2	2	-	-
	Actividades benéficas / filantrópicas con inversión en proyectos locales	2	1	2	2	2	1	2	2	2	2	-	-	-	2	2	-	2	2	2	2	2	2	2	1	2	-	-
	Política, prácticas y proporción de gasto correspondiente a proveedores locales	2	2	0	0	2	0	2	0	0	2	-	-	-	0	0	-	2	2	2	2	2	2	1	2	0	-	-
	Apoyo proyectos de pymes	2	1	2	1	2	2	2	2	1	2	-	-	-	1	2	-	2	2	1	2	2	1	1	2	-	-	-
	Aportación de la empresa al entorno local	2	2	2	0	2	2	2	2	2	2	-	-	-	2	2	-	2	2	2	2	2	2	2	2	2	-	-
	Mecanismos de comunicación/relación con la población local	1	1	2	1	1	1	2	1	1	1	-	-	-	0	1	-	1	1	1	2	2	2	1	1	-	-	-
Contribución a la economía nacional	Contribución a las finanzas gubernamentales	2	2	2	0	2	0	2	2	0	2	-	-	-	2	1	-	2	2	2	2	2	2	2	2	-	-	
	Política sobre empleo de paraísos fiscales	2	1	0	0	0	0	1	0	0	0	-	-	-	0	0	-	0	0	0	0	0	0	0	0	-	-	
	Inversión en infraestructuras	0	0	0	0	2	0	0	0	0	2	-	-	-	2	2	-	0	0	1	2	1	0	1	0	-	-	
	Participación en el capital de compañías con proyectos de componente social	0	0	0	0	0	2	0	0	0	1	-	-	-	2	0	-	0	2	2	0	0	0	1	0	-	-	
	Aportación al PIB nacional	0	0	2	0	2	0	0	2	0	2	-	-	-	0	2	-	0	0	0	1	2	0	0	0	-	-	
Cumplimiento de la legislación, corrupción y competencia	Mecanismos de verificación, auditoría y evaluación de la implantación y cumplimiento de las medidas contra el soborno y la corrupción en las unidades de negocio	1	2	2	2	2	0	2	2	1	2	-	-	-	2	2	-	2	2	2	1	2	1	2	2	-	-	
	Medidas adoptadas ante situaciones de corrupción	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	-	-	-	2	0	-	2	2	0	2	1	0	0	0	-	-	
	Número de infracciones legales incurridas como resultado de prácticas de corrupción	0	0	0	0	0	0	2	2	0	0	-	-	-	2	2	-	2	2	2	2	2	2	2	0	-	-	
	Competencia desleal y libre competencia	0	0	2	1	2	0	0	2	2	2	-	-	-	2	2	-	2	2	2	2	2	2	2	2	-	-	
	Cumplimiento normativa	2	0	0	0	2	0	2	2	0	0	-	-	-	0	2	-	2	0	1	2	0	0	0	2	-	-	
Política pública	Actividades organizadas para influir en la formulación de políticas gubernamentales	1	1	1	0	0	0	1	1	2	0	-	-	-	0	2	-	2	1	0	1	1	1	1	2	-	-	
	Financiación concedida en forma de créditos a partidos políticos	0	0	1	0	2	0	2	1	0	0	-	-	-	1	0	-	2	1	2	2	1	0	2	1	-	-	
	Aportaciones financieras o en especie a partidos políticos u otras instituciones	0	0	0	0	0	0	2	2	2	0	-	-	-	0	0	-	2	0	0	2	0	0	2	2	-	-	
	Recepción de subvenciones y ayudas por parte de gobiernos y otros terceros	2	2	2	0	2	0	2	2	1	2	-	-	-	2	2	-	2	2	2	1	2	1	2	2	-	-	
Actividad social a través de la actividad	Criterios sociales en la evaluación de clientes y socios	2	1	1	0	0	0	0	0	1	0	-	-	-	1	1	-	0	1	0	1	1	1	0	0	-	-	
	Evaluación y control de riesgos sociales en las líneas de negocio	0	2	2	2	0	0	0	0	0	2	-	-	-	1	0	-	1	2	0	1	0	0	0	0	-	-	

Anexos

intermediadora	Activos sujetos a controles sociales	0	1	0	0	0	0	2	0	0	0	-	-	-	0	0	-	0	0	0	2	2	0	0	0	-	-
	Productos y servicios diseñados para proporcionar un beneficio social	2	2	0	2	0	1	2	2	2	1	-	-	-	1	2	-	2	2	2	2	1	2	2	0	-	-
	Medidas contra la financiación terrorismo y/o industria armamentísticas	2	1	1	0	1	0	1	0	1	1	-	-	-	1	0	-	1	0	1	1	1	0	1	0	-	-

COMUNIDAD 2008		BBVA	Santander	La Caixa	Caja Madrid	Banco Popular	Banesto	Bancaja	CAM	Banco Sabadell	Ibercaja	Caixa Galicia	Bankinter	Unicaja	Cajasol	BBK	Cajamar	Caja Laboral	Caja España	Kutxa	CAN	Caja Granada	Caixa Terrassa	Caja Burgos	Caja Vital	C. R. de Granada	Multicaja	
		Políticas, declaraciones y sistemas de gestión social	Política social	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	-	-	1	1	1	-	1	1	1	1	1	1	0	1	1
Definición objetivos sociales y cumplimiento	0		1	1	1	1	0	2	1	1	1	-	-	1	1	2	-	0	1	1	1	2	1	1	0	1	1	
Premios concedidos y certificados	1		0	0	1	2	2	2	2	2	2	-	-	2	0	2	-	0	2	2	2	2	1	0	2	0	2	1
Participación en foros	2		2	2	2	0	1	2	1	2	1	-	-	2	2	2	-	2	2	2	2	2	2	1	2	2	2	2
Política de voto accionarial sobre asuntos sociales	0		0	0	0	0	0	0	0	0	1	-	-	0	0	0	-	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0
Actividades de apoyo a la comunidad local	Patrocinio y mecenazgo	2	2	2	2	0	1	2	2	2	2	-	-	2	2	0	-	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	1
	Actividades benéficas / filantrópicas con inversión en proyectos locales	2	1	2	2	2	1	2	2	2	2	-	-	2	2	2	-	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	0
	Política, prácticas y proporción de gasto correspondiente a proveedores locales	2	2	0	1	2	0	2	0	0	2	-	-	1	1	1	-	2	2	2	2	2	1	2	0	1	1	
	Apoyo proyectos de pymes	1	1	2	1	2	2	2	2	1	1	-	-	1	0	2	-	2	1	2	2	2	2	1	2	1	1	2
	Aportación de la empresa al entorno local (empleo, salarios e ingresos fiscales)	0	2	2	2	2	2	2	0	2	2	-	-	2	2	2	-	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2
	Mecanismos de comunicación/relación con la población local	0	1	0	1	2	1	2	1	1	1	-	-	1	1	2	-	1	1	2	1	1	1	1	1	1	0	0
Contribución a la economía nacional	Contribución a las finanzas gubernamentales	2	2	2	0	2	2	2	0	0	2	-	-	2	2	2	-	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2
	Política sobre empleo de paraísos fiscales	2	0	0	0	2	1	0	0	0	0	-	-	0	0	0	-	0	0	0	0	0	0	0	2	0	2	0
	Inversión en infraestructuras	2	2	0	0	0	0	0	0	0	2	-	-	1	2	2	-	1	1	0	2	1	0	1	0	0	0	0
	Participación en el capital de compañías con proyectos de componente social	0	0	0	0	0	2	1	0	0	2	-	-	1	2	2	-	2	2	1	0	1	0	1	0	2	2	2
	Aportación al PIB nacional	0	0	2	0	2	0	0	2	0	2	-	-	2	0	2	-	0	0	0	0	1	2	0	0	0	2	0



La Responsabilidad Social Corporativa en las Entidades Financieras de Depósito en España

Cumplimiento de la legislación, corrupción y competencia	Mecanismos de verificación, auditoría y evaluación de la implantación y cumplimiento de las medidas contra el soborno y la corrupción en las unidades de negocio	1	2	2	2	2	1	2	2	1	2	-	-	2	2	2	-	2	2	2	2	2	1	2	1	2	2	
	Medidas adoptadas ante situaciones de corrupción	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	-	-	0	2	0	-	2	2	2	2	2	2	0	2	0	0	0
	Número de infracciones legales incurridas como resultado de prácticas de corrupción	0	0	0	0	2	0	2	2	2	2	0	-	-	2	2	2	-	2	2	2	2	2	2	2	0	2	2
	Competencia desleal y libre competencia	0	0	2	1	2	2	0	2	2	2	-	-	2	2	2	-	2	0	0	2	2	2	2	2	2	1	2
	Cumplimiento normativa	1	0	0	1	2	0	2	2	0	0	-	-	0	0	0	-	2	0	0	0	0	0	0	2	0	0	2
Política pública	Actividades organizadas para influir en la formulación de políticas gubernamentales	0	1	1	1	1	1	1	1	2	0	-	-	0	2	2	-	2	1	0	1	1	1	1	2	2	0	2
	Financiación concedida en forma de créditos a partidos políticos	0	0	1	0	2	0	2	0	0	0	-	-	1	1	0	-	2	1	2	2	1	0	1	1	0	0	
	Aportaciones financieras o en especie a partidos políticos u otras instituciones	0	0	0	0	0	0	2	2	2	0	-	-	2	2	0	-	2	0	0	2	0	0	2	2	0	0	
	Recepción de subvenciones y ayudas por parte de gobiernos y otros terceros	2	0	2	0	2	2	2	2	1	2	-	-	2	2	2	-	2	2	0	2	2	2	2	2	2	0	2
Actividad social a través de la actividad intermediadora	Criterios sociales en la evaluación de clientes y socios	2	1	2	0	0	0	0	0	1	0	-	-	0	1	1	-	0	0	0	2	1	0	0	0	0	0	
	Evaluación y control de riesgos sociales en las líneas de negocio	1	0	0	0	0	0	0	0	1	0	-	-	0	0	0	-	0	1	0	2	0	0	0	0	0	2	0
	Activos sujetos a controles sociales	0	0	0	0	0	0	2	0	0	0	-	-	0	0	0	-	0	0	2	2	2	0	0	0	0	0	
	Productos y servicios diseñados para proporcionar un beneficio social	2	1	1	2	2	1	2	0	2	0	-	-	0	2	2	-	2	2	2	2	1	0	2	0	0	0	
	Medidas financiación terrorismo y/o industria armamentísticas	2	2	0	0	1	0	0	1	1	1	-	-	1	1	1	-	0	0	0	1	1	0	0	0	0	0	

COMUNIDAD 2009		BBVA	Santander	La Caixa	Caja Madrid	Banco Popular	Banesto	Bancaja	CAM	Banco Sabadell	Ibercaja	Caixa Galicia	Bankinter	Unicaja	Cajasol	BBK	Cajamar	Caja Laboral	Caja España	Kutxa	CAN	Caja Granada	Caixa Terrassa	Caja Burgos	Caja Vital	C. R. de Granada	Multicaja
		Políticas, declaraciones y sistemas de gestión social	Política social	1	1	1	1	1	1	1	0	2	1	1	1	1	1	1	-	1	1	1	1	1	1	1	1
	Definición objetivos sociales y cumplimiento	2	1	2	1	0	0	1	1	1	1	0	0	0	2	1	-	1	1	1	2	0	1	1	1	0	-
	Premios concedidos y certificados	2	1	0	2	2	2	2	0	1	2	2	2	1	2	2	-	2	2	2	2	2	0	2	0	2	-
	Participación en foros	1	1	1	1	1	2	2	1	2	2	1	1	1	2	2	-	1	2	2	2	0	1	2	1	0	-



La Responsabilidad Social Corporativa en las Entidades Financieras de Depósito en España

Productos y servicios diseñados para proporcionar un beneficio social	2	1	2	2	2	1	2	0	1	0	0	2	0	2	2	-	2	2	2	2	0	0	1	0	0	-
Medidas contra la financiación terrorismo y/o industria armamentísticas	1	2	0	1	1	1	1	1	2	1	1	0	1	1	0	-	0	0	0	1	0	1	1	0	0	-

COMUNIDAD 2010		BBVA	Santander	La Caixa	Caja Madrid	Banco Popular	Banesto	Bancaja	CAM	Banco Sabadell	Ibercaja	Caixa Galicia	Bankinter	Unicaja	Cajasol	BBK	Cajamar	Caja Laboral	Caja España	Kutxa	CAN	Caja Granada	Caixa Terrassa	Caja Burgos	Caja Vital	C. R. de Granada	Multicaja	
Políticas, declaraciones y sistemas de gestión social	Política social	1	1	1	1	1	1	1	-	1	1	-	1	1	1	1	1	1	-	1	1	1	-	1	1	1	-	
	Definición objetivos sociales y cumplimiento	2	1	2	1	1	0	1	-	1	0	-	0	1	2	1	0	1	-	1	0	1	-	0	0	0	-	
	Premios concedidos y certificados	0	0	2	2	2	2	2	-	2	2	-	2	2	2	2	2	2	-	2	2	2	-	2	0	0	-	
	Participación en foros	0	1	1	1	2	0	2	-	1	2	-	1	2	2	2	2	2	1	-	2	1	1	-	1	2	1	-
	Política de voto accionarial sobre asuntos sociales	0	0	0	0	0	0	0	-	0	0	-	0	0	0	1	0	0	-	0	0	0	-	0	0	0	-	
Actividades de apoyo a la comunidad local	Patrocinio y mecenazgo	2	2	2	2	2	2	2	-	2	2	-	1	1	2	0	1	2	-	2	2	2	-	2	2	1	-	
	Actividades benéficas / filantrópicas con inversión en proyectos locales	2	2	2	2	2	0	2	-	2	2	-	1	2	2	2	1	0	-	2	2	2	-	2	2	1	-	
	Política, prácticas y proporción de gasto correspondiente a proveedores locales	1	2	0	1	2	0	2	-	2	2	-	2	1	0	1	0	2	-	2	2	2	-	2	0	0	-	
	Apoyo proyectos de pymes y emprendedores	0	1	2	2	2	2	2	-	0	1	-	1	1	0	1	0	2	-	2	2	2	-	1	0	1	-	
	Aportación de la empresa al entorno local (empleo, salarios e ingresos fiscales)	0	0	2	2	2	2	0	-	0	2	-	0	2	0	2	2	2	-	2	0	2	-	0	2	1	-	
	Mecanismos de comunicación/relación con la población local	0	1	2	0	2	1	2	-	1	2	-	1	2	0	1	1	1	-	2	1	1	-	1	1	1	-	
Contribución a la economía nacional	Contribución a las finanzas gubernamentales	0	2	0	0	2	2	2	-	2	2	-	0	2	2	2	2	2	-	2	2	2	-	2	2	0	-	
	Política sobre empleo de paraísos fiscales	1	1	0	0	2	1	2	-	0	0	-	0	0	0	0	2	0	-	0	0	0	-	0	2	0	-	
	Inversión en infraestructuras	0	2	2	1	1	1	0	-	2	2	-	2	0	2	2	0	0	-	0	1	0	-	1	2	0	-	
	Participación en el capital de compañías con proyectos de componente social	0	0	0	0	0	1	0	-	0	2	-	1	1	2	2	0	2	-	2	2	0	-	2	0	2	-	
	Aportación al PIB nacional	0	0	0	0	2	0	0	-	0	2	-	2	2	0	2	0	0	-	0	0	2	-	0	0	0	-	

Anexos

Cumplimiento de la legislación, corrupción y competencia	Mecanismos de verificación, auditoría y evaluación de la implantación y cumplimiento de las medidas contra el soborno y la corrupción en las unidades de negocio	1	2	2	2	1	1	2	-	2	2	-	2	2	1	2	2	-	1	2	2	-	2	2	2	-	
	Medidas adoptadas ante situaciones de corrupción	0	0	0	0	0	0	1	-	0	0	-	1	0	2	0	0	2	-	0	0	2	-	2	2	2	-
	Número de infracciones legales incurridas como resultado de prácticas de corrupción	0	0	0	0	2	0	2	-	0	0	-	0	2	2	0	2	2	-	0	0	0	-	2	0	0	-
	Competencia desleal y libre competencia	0	0	0	1	2	2	0	-	2	1	-	2	0	2	2	2	2	-	2	0	2	-	0	2	0	-
	Cumplimiento normativa	0	1	0	1	0	0	1	-	0	0	-	1	1	2	0	2	2	-	0	0	2	-	0	0	0	-
Política pública	Actividades organizadas para influir en la formulación de políticas gubernamentales	0	1	0	1	2	1	2	-	2	0	-	1	1	2	1	2	0	-	1	0	1	-	0	1	1	-
	Financiación concedida en forma de créditos a partidos políticos	0	0	0	0	2	0	1	-	0	0	-	0	0	1	0	2	2	-	2	2	0	-	2	1	0	-
	Aportaciones financieras o en especie a partidos políticos u otras instituciones	0	0	0	0	0	2	0	-	2	0	-	0	2	2	0	0	0	-	0	2	0	-	2	2	2	-
	Recepción de subvenciones y ayudas por parte de gobiernos y otros terceros	2	2	0	1	2	2	2	-	1	2	-	0	2	2	2	2	2	-	2	2	2	-	2	2	0	-
Actividad social a través de la actividad intermediadora	Criterios sociales en la evaluación de clientes y socios	2	2	2	1	0	0	0	-	1	1	-	1	2	1	1	1	1	-	1	1	2	-	1	0	0	-
	Evaluación y control de riesgos sociales en las líneas de negocio	0	0	1	1	1	0	1	-	1	0	-	1	0	2	1	0	0	-	1	2	2	-	2	0	1	-
	Activos sujetos a controles sociales	0	0	0	0	0	0	2	-	0	0	-	1	0	1	2	0	0	-	2	2	2	-	2	0	0	-
	Productos y servicios diseñados para proporcionar un beneficio social	1	1	2	2	2	0	2	-	2	0	-	2	0	2	2	0	2	-	2	2	0	-	2	0	0	-
	Medidas financiación terrorismo y/o industria armamentísticas	1	1	1	1	1	1	1	-	2	1	-	1	0	1	0	1	0	-	1	1	0	-	1	0	0	-

COMUNIDAD 2007		BBVA	Santander	La Caixa	Caja Madrid	Banco Popular	Banesto	Bancaja	CAM	Banco Sabadell	Ibercaja	Caixa Galicia	Bankinter	Unicaja	Cajasol	BBK	Cajamar	Caja Laboral	Caja España	Kutxa	CAN	Caja Granada	Caixa Terrassa	Caja Burgos	Caja Vital	C. R. de Granada	Multicaja	
		Políticas, declaraciones y sistemas de gestión social	Política social	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	-	-	-	1	0	-	1	1	1	1	1	1	1	1	1
	Definición objetivos sociales y cumplimiento	0	0	2	1	1	0	1	1	1	1	-	-	-	1	1	-	2	1	1	2	1	0	1	1	1	-	-
	Premios concedidos y certificados	1	1	0	2	2	1	2	2	0	2	-	-	-	0	2	-	0	2	2	2	2	0	2	2	2	-	-
	Participación en foros	0	0	2	2	0	0	2	1	2	2	-	-	-	1	2	-	2	2	2	2	0	1	1	2	-	-	



Anexos

Productos y servicios diseñados para proporcionar un beneficio social	2	2	0	2	0	1	2	2	2	1	-	-	-	1	2	-	2	2	2	2	1	2	2	0	-	-
Medidas contra la financiación terrorismo y/o industria armamentísticas	2	1	1	0	1	0	1	0	1	1	-	-	-	1	0	-	1	0	1	1	1	0	1	0	-	-

COMUNIDAD 2008		BBVA	Santander	La Caixa	Caja Madrid	Banco Popular	Banesto	Bancaja	CAM	Banco Sabadell	Ibercaja	Caixa Galicia	Bankinter	Unicaja	Cajasol	BBK	Cajamar	Caja Laboral	Caja España	Kutxa	CAN	Caja Granada	Caixa Terrassa	Caja Burgos	Caja Vital	C. R. de Granada	Multicaja
Políticas, declaraciones y sistemas de gestión social	Política social	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	-	-	1	1	1	-	1	1	1	1	1	1	0	1	1	1
	Definición objetivos sociales y cumplimiento	0	1	1	1	1	0	2	1	1	1	-	-	1	1	2	-	0	1	1	1	1	2	1	1	0	1
	Premios concedidos y certificados	1	0	0	1	2	2	2	2	2	2	-	-	2	0	2	-	0	2	2	2	2	1	0	2	0	2
	Participación en foros	2	2	2	2	0	1	2	1	2	1	-	-	2	2	2	-	2	2	2	2	2	2	1	2	2	2
	Política de voto accionarial sobre asuntos sociales	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	-	-	0	0	0	-	0	0	0	0	1	0	0	0	0
Actividades de apoyo a la comunidad local	Patrocinio y mecenazgo	2	2	2	2	0	1	2	2	2	2	-	-	2	2	0	-	2	2	2	2	2	2	2	2	2	1
	Actividades benéficas / filantrópicas con inversión en proyectos locales	2	1	2	2	2	1	2	2	2	2	-	-	2	2	2	-	2	2	2	2	2	2	2	2	2	0
	Política, prácticas y proporción de gasto correspondiente a proveedores locales	2	2	0	1	2	0	2	0	0	2	-	-	1	1	1	-	2	2	2	2	2	2	1	2	0	1
	Apoyo proyectos de pymes	1	1	2	1	2	2	2	2	1	1	-	-	1	0	2	-	2	1	2	2	2	2	1	2	1	1
	Aportación de la empresa al entorno local (empleo, salarios e ingresos fiscales)	0	2	2	2	2	2	2	0	2	2	-	-	2	2	2	-	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2
	Mecanismos de comunicación/relación con la población local	0	1	0	1	2	1	2	1	1	1	-	-	1	1	2	-	1	1	2	1	1	1	1	1	1	0
Contribución a la economía nacional	Contribución a las finanzas gubernamentales	2	2	2	0	2	2	2	0	0	2	-	-	2	2	2	-	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2
	Política sobre empleo de paraísos fiscales	2	0	0	0	2	1	0	0	0	0	-	-	0	0	0	-	0	0	0	0	0	0	0	2	0	2
	Inversión en infraestructuras	2	2	0	0	0	0	0	0	0	2	-	-	1	2	2	-	1	1	0	2	1	0	1	0	0	0
	Participación en el capital de compañías con proyectos de componente social	0	0	0	0	0	2	1	0	0	2	-	-	1	2	2	-	2	2	1	0	1	0	1	0	2	2
	Aportación al PIB nacional	0	0	2	0	2	0	0	2	0	2	-	-	2	0	2	-	0	0	0	0	1	2	0	0	0	2

La Responsabilidad Social Corporativa en las Entidades Financieras de Depósito en España

Cumplimiento de la legislación, corrupción y competencia	Mecanismos de verificación, auditoría y evaluación de la implantación y cumplimiento de las medidas contra el soborno y la corrupción en las unidades de negocio	1	2	2	2	2	1	2	2	1	2	-	-	2	2	2	-	2	2	2	2	2	1	2	1	2	2
	Medidas adoptadas ante situaciones de corrupción	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	-	-	0	2	0	-	2	2	2	2	2	0	2	0	0	0
	Número de infracciones legales incurridas como resultado de prácticas de corrupción	0	0	0	0	2	0	2	2	2	0	-	-	2	2	2	-	2	2	2	2	2	2	2	0	2	2
	Competencia desleal y libre competencia	0	0	2	1	2	2	0	2	2	2	-	-	2	2	2	-	2	0	0	2	2	2	2	2	1	2
	Cumplimiento normativa	1	0	0	1	2	0	2	2	0	0	-	-	0	0	0	-	2	0	0	0	0	0	2	0	0	2
Política pública	Actividades organizadas para influir en la formulación de políticas gubernamentales	0	1	1	1	1	1	1	1	2	0	-	-	0	2	2	-	2	1	0	1	1	1	2	2	0	2
	Financiación concedida en forma de créditos a partidos políticos	0	0	1	0	2	0	2	0	0	0	-	-	1	1	0	-	2	1	2	2	1	0	1	1	0	0
	Aportaciones financieras o en especie a partidos políticos u otras instituciones	0	0	0	0	0	0	2	2	2	0	-	-	2	2	0	-	2	0	0	2	0	0	2	2	0	0
	Recepción de subvenciones y ayudas por parte de gobiernos y otros terceros	2	0	2	0	2	2	2	2	1	2	-	-	2	2	2	-	2	2	0	2	2	2	2	2	0	2
Actividad social a través de la actividad intermediadora	Criterios sociales en la evaluación de clientes y socios	2	1	2	0	0	0	0	0	1	0	-	-	0	1	1	-	0	0	0	2	1	0	0	0	0	0
	Evaluación y control de riesgos sociales en las líneas de negocio	1	0	0	0	0	0	0	0	1	0	-	-	0	0	0	-	0	1	0	2	0	0	0	0	2	0
	Activos sujetos a controles sociales	0	0	0	0	0	0	2	0	0	0	-	-	0	0	0	-	0	0	2	2	2	0	0	0	0	0
	Productos y servicios diseñados para proporcionar un beneficio social	2	1	1	2	2	1	2	0	2	0	-	-	0	2	2	-	2	2	2	2	1	0	2	0	0	0
	Medidas financiación terrorismo y/o industria armamentísticas	2	2	0	0	1	0	0	1	1	1	-	-	1	1	1	-	0	0	0	1	1	0	0	0	0	0

COMUNIDAD 2009		BBVA	Santander	La Caixa	Caja Madrid	Banco Popular	Banesto	Bancaja	CAM	Banco Sabadell	Ibercaja	Caixa Galicia	Bankinter	Unicaja	Cajasol	BBK	Cajamar	Caja Laboral	Caja España	Kutxa	CAN	Caja Granada	Caixa Terrassa	Caja Burgos	Caja Vital	C. R. de Granada	Multicaja
		Políticas, declaraciones y sistemas de gestión social	Política social	1	1	1	1	1	1	1	0	2	1	1	1	1	1	1	-	1	1	1	1	1	1	1	1
	Definición objetivos sociales y cumplimiento	2	1	2	1	0	0	1	1	1	1	0	0	0	2	1	-	1	1	1	2	0	1	1	1	0	-
	Premios concedidos y certificados	2	1	0	2	2	2	2	0	1	2	2	2	1	2	2	-	2	2	2	2	2	0	2	0	2	-
	Participación en foros	1	1	1	1	1	2	2	1	2	2	1	1	1	2	2	-	1	2	2	2	0	1	2	1	0	-





La Responsabilidad Social Corporativa en las Entidades Financieras de Depósito en España

Productos y servicios diseñados para proporcionar un beneficio social	2	1	2	2	2	1	2	0	1	0	0	2	0	2	2	-	2	2	2	2	0	0	1	0	0	-
Medidas contra la financiación terrorismo y/o industria armamentísticas	1	2	0	1	1	1	1	1	2	1	1	0	1	1	0	-	0	0	0	1	0	1	1	0	0	-

COMUNIDAD 2010		BBVA	Santander	La Caixa	Caja Madrid	Banco Popular	Banesto	Bancaja	CAM	Banco Sabadell	Ibercaja	Caixa Galicia	Bankinter	Unicaja	Cajasol	BBK	Cajamar	Caja Laboral	Caja España	Kutxa	CAN	Caja Granada	Caixa Terrassa	Caja Burgos	Caja Vital	C. R. de Granada	Multicaja	
Políticas, declaraciones y sistemas de gestión social	Política social	1	1	1	1	1	1	1	-	1	1	-	1	1	1	1	1	1	-	1	1	1	-	1	1	1	-	
	Definición objetivos sociales y cumplimiento	2	1	2	1	1	0	1	-	1	0	-	0	1	2	1	0	1	-	1	0	1	-	0	0	0	-	
	Premios concedidos y certificados	0	0	2	2	2	2	2	-	2	2	-	2	2	2	2	2	2	-	2	2	2	-	2	0	0	-	
	Participación en foros	0	1	1	1	2	0	2	-	1	2	-	1	2	2	2	2	2	1	-	2	1	1	-	1	2	1	-
	Política de voto accionarial sobre asuntos sociales	0	0	0	0	0	0	0	-	0	0	-	0	0	0	1	0	0	-	0	0	0	-	0	0	0	-	
Actividades de apoyo a la comunidad local	Patrocinio y mecenazgo	2	2	2	2	2	2	2	-	2	2	-	1	1	2	0	1	2	-	2	2	2	-	2	2	1	-	
	Actividades benéficas / filantrópicas con inversión en proyectos locales	2	2	2	2	2	0	2	-	2	2	-	1	2	2	2	1	0	-	2	2	2	-	2	2	1	-	
	Política, prácticas y proporción de gasto correspondiente a proveedores locales	1	2	0	1	2	0	2	-	2	2	-	2	1	0	1	0	2	-	2	2	2	-	2	0	0	-	
	Apoyo proyectos de pymes y emprendedores	0	1	2	2	2	2	2	-	0	1	-	1	1	0	1	0	2	-	2	2	2	-	1	0	1	-	
	Aportación de la empresa al entorno local (empleo, salarios e ingresos fiscales)	0	0	2	2	2	2	0	-	0	2	-	0	2	0	2	2	2	-	2	0	2	-	0	2	1	-	
	Mecanismos de comunicación/relación con la población local	0	1	2	0	2	1	2	-	1	2	-	1	2	0	1	1	1	-	2	1	1	-	1	1	1	-	
Contribución a la economía nacional	Contribución a las finanzas gubernamentales	0	2	0	0	2	2	2	-	2	2	-	0	2	2	2	2	2	-	2	2	2	-	2	2	0	-	
	Política sobre empleo de paraísos fiscales	1	1	0	0	2	1	2	-	0	0	-	0	0	0	0	2	0	-	0	0	0	-	0	2	0	-	
	Inversión en infraestructuras	0	2	2	1	1	1	0	-	2	2	-	2	0	2	2	0	0	-	0	1	0	-	1	2	0	-	
	Participación en el capital de compañías con proyectos de componente social	0	0	0	0	0	1	0	-	0	2	-	1	1	2	2	0	2	-	2	2	0	-	2	0	2	-	
	Aportación al PIB nacional	0	0	0	0	2	0	0	-	0	2	-	2	2	0	2	0	0	-	0	0	2	-	0	0	0	-	

Anexos

Cumplimiento de la legislación, corrupción y competencia	Mecanismos de verificación, auditoría y evaluación de la implantación y cumplimiento de las medidas contra el soborno y la corrupción en las unidades de negocio	1	2	2	2	1	1	2	-	2	2	-	2	2	2	1	2	2	-	1	2	2	-	2	2	2	-
	Medidas adoptadas ante situaciones de corrupción	0	0	0	0	0	0	1	-	0	0	-	1	0	2	0	0	2	-	0	0	2	-	2	2	2	-
	Número de infracciones legales incurridas como resultado de prácticas de corrupción	0	0	0	0	2	0	2	-	0	0	-	0	2	2	0	2	2	-	0	0	0	-	2	0	0	-
	Competencia desleal y libre competencia	0	0	0	1	2	2	0	-	2	1	-	2	0	2	2	2	2	-	2	0	2	-	0	2	0	-
	Cumplimiento normativa	0	1	0	1	0	0	1	-	0	0	-	1	1	2	0	2	2	-	0	0	2	-	0	0	0	-
Política pública	Actividades organizadas para influir en la formulación de políticas gubernamentales	0	1	0	1	2	1	2	-	2	0	-	1	1	2	1	2	0	-	1	0	1	-	0	1	1	-
	Financiación concedida en forma de créditos a partidos políticos	0	0	0	0	2	0	1	-	0	0	-	0	0	1	0	2	2	-	2	2	0	-	2	1	0	-
	Aportaciones financieras o en especie a partidos políticos u otras instituciones	0	0	0	0	0	2	0	-	2	0	-	0	2	2	0	0	0	-	0	2	0	-	2	2	2	-
	Recepción de subvenciones y ayudas por parte de gobiernos y otros terceros	2	2	0	1	2	2	2	-	1	2	-	0	2	2	2	2	2	-	2	2	2	-	2	2	0	-
Actividad social a través de la actividad intermediadora	Criterios sociales en la evaluación de clientes y socios	2	2	2	1	0	0	0	-	1	1	-	1	2	1	1	1	1	-	1	1	2	-	1	0	0	-
	Evaluación y control de riesgos sociales en las líneas de negocio	0	0	1	1	1	0	1	-	1	0	-	1	0	2	1	0	0	-	1	2	2	-	2	0	1	-
	Activos sujetos a controles sociales	0	0	0	0	0	0	2	-	0	0	-	1	0	1	2	0	0	-	2	2	2	-	2	0	0	-
	Productos y servicios diseñados para proporcionar un beneficio social	1	1	2	2	2	0	2	-	2	0	-	2	0	2	2	0	2	-	2	2	0	-	2	0	0	-
	Medidas financiación terrorismo y/o industria armamentísticas	1	1	1	1	1	1	1	-	2	1	-	1	0	1	0	1	0	-	1	1	0	-	1	0	0	-