



Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales

Responsabilidad Social Corporativa y Objetivos de Desarrollo Sostenible en el Sector Bancario: El caso de Santander y BBVA

Clave: 201603149

RESUMEN

Responsabilidad social corporativa, sostenibilidad, empresas responsables... son conceptos que aparecieron hace tiempo y que hoy en día forman parte de la realidad empresarial. Los clientes y los inversores son cada vez más exigentes con las empresas, pidiendo que estas actúen de forma responsable con la sociedad y el medioambiente. Por otro lado, las empresas son conscientes de la importancia de evolucionar de forma acorde a las necesidades de sus clientes y a las expectativas de sus principales grupos de interés. Pero, ¿han incorporado las empresas realmente estos conceptos en su estrategia y en sus acciones?, ¿se aplican en el sector bancario? Y si es así, ¿cómo?

Este Trabajo de fin de Grado se centra en el estudio y análisis del concepto, historia e importancia de la Responsabilidad Social Corporativa y los Objetivos de Desarrollo Sostenible para posteriormente valorar si en el sector bancario español, y, concretamente, en el Banco Santander y BBVA están presentes, si se les da la merecida importancia, cómo se ponen en práctica y si se producen beneficios para la sociedad y el medioambiente.

Palabras clave: Responsabilidad Social Corporativa, Objetivos de Desarrollo Sostenible, Banco Santander, BBVA, sociedad, medioambiente.

ABSTRACT

Corporate social responsibility, sustainability, responsible companies... these are concepts that appeared a long time ago and are now part of the business reality. Customers and investors are becoming more and more demanding with companies, asking them to act responsibly towards society and the environment. On the other hand, companies are aware of the importance of evolving in line with the needs of their customers and the expectations of their main stakeholders. But have companies incorporated these concepts into their strategy and actions? Are they applied in the banking sector? And if so, how?

This Final Degree Project focuses on the study and analysis of the concept, history and importance of Corporate Social Responsibility and the Sustainable Development Goals in order to assess whether these concepts are present in the Spanish banking sector, and specifically in Banco Santander and BBVA, whether they are given the importance they

deserve, how they are put into practice and whether they produce benefits for society and the environment.

Key words: Corporate Social Responsibility, Sustainable Development Goals, Santander Bank, BBVA, society, environment.

ÍNDICE

1. INTRODUCCIÓN
 - 1.1 Contextualización
 - 1.2 Objetivos
 - 1.3 Estructura
 - 1.4 Metodología

2. CAPÍTULO I: RESPONSABILIDAD SOCIAL CORPORATIVA
 - 2.1 Concepto
 - 2.2 Historia, evolución y situación actual
 - 2.3 Importancia para las empresas

3. CAPÍTULO II: OBJETIVOS DE DESARROLLO SOSTENIBLE
 - 3.1 Concepto
 - 3.2 Historia, evolución y situación actual
 - 3.3 Importancia para las empresas
 - 3.4 RSC y ODS
 - 3.5 Incorporación de los ODS en los objetivos estratégicos empresariales

4. CAPÍTULO III: ANÁLISIS DE BANCO SANTANDER y BBVA
 - 4.1 Caso Banco Santander
 - 4.1.1 Misión, visión y valores
 - 4.1.2 Grupos de interés
 - 4.1.3 Políticas de RSC en Banco Santander
 - 4.1.4 Integración e implementación de los ODS

 - 4.2 Caso BBVA
 - 4.2.1 Misión, visión y valores
 - 4.2.2 Grupos de interés
 - 4.2.3 Políticas de RSC en BBVA
 - 4.2.4 Integración e implementación de los ODS

5. CONCLUSIONES
6. BIBLIOGRAFÍA

1. INTRODUCCIÓN

1.1 Contextualización

En el mundo global y dinámico actual la Responsabilidad Social Corporativa ha pasado a formar parte del contexto empresarial como un elemento de gran relevancia para clientes, trabajadores, directivos o inversores. Cada vez son más las empresas que integran estas políticas e iniciativas socialmente responsables y los consumidores que las demandan como fuente de confianza y reputación, los cuales “se perciben a sí mismos como una de las más importantes fuentes de presión para forzar a las empresas a ser más responsables socialmente y siendo para ellos el respeto a los derechos humanos y la protección del medio ambiente” (Bigné, Andreu, Chumpitaz, & Swaen, 2006) las políticas más importantes de la RSC.

El número de empresas que toman consciencia de la importancia y el alcance de esta gestión responsable se ha visto incrementado con el paso de los años, así como los esfuerzos para contribuir en este ámbito llegando a alcanzar los “1.429 millones de euros invertidos en RSE en 2019 y un 76% de empresas que realiza actividades de responsabilidad social corporativa a nivel internacional.” (Deloitte; Fundación SERES, 2020) La prioridad que supone actualmente la RSC en las organizaciones mantiene una relación directa con la elaboración por parte de distintas organizaciones de numerosos rankings “de empresas de acuerdo a sus desempeños en responsabilidad social corporativa, los cuales concitan una considerable atención.” (Porter & Kramer, 2006) Esto ha llevado a la proliferación de publicaciones e informes de RSC de las empresas, ya que es necesario mostrar su voluntad a sus distintos grupos de interés en este aspecto y conseguir una destacada posición en rankings de gran reconocimiento internacional como el Dow Jones Sustainability Index o el FTSE4Good Index.

El poder de estas políticas es indiscutible y una gran vía para el desarrollo a nivel mundial. Para implicar a las empresas de manera directa se establecieron los Objetivos de Desarrollo Sostenible en 2015 de la mano de Naciones Unidas como herramienta para alcanzar la sostenibilidad empresarial. Estos Objetivos de Desarrollo Sostenible surgen como continuación de los Objetivos de Desarrollo del Milenio, los cuales supusieron avances en la materia, pero no llegaron a alcanzar las metas iniciales propuestas. Ahora

es el momento de que las empresas ayuden a contribuir en tan ambiciosos, pero a la vez necesarios objetivos que mejorarán algunos de los problemas más preocupantes en la sociedad actual, como el hambre, el analfabetismo o la contaminación.

Los Objetivos de Desarrollo Sostenible se dirigen a las empresas y no solo a gobiernos o instituciones para implicarlas en esta transición hacia una gestión socialmente responsable. Estos objetivos presentan una relevancia indiscutible en el panorama empresarial y prueba de ello es que, en un análisis llevado a cabo por la consultora PWC en 2019 de 1.141 compañías presentes en 31 países, un 72% mencionaban públicamente en sus informes anuales de reporte los Objetivos de Desarrollo Sostenible, siendo el objetivo 8, relacionado con el trabajo decente y crecimiento económico el más popular y nombrado por las empresas. (PWC, 2019) Las grandes empresas tienen un papel esencial con un poder indiscutible en la sociedad. En nuestro país las empresas más importantes o con mayor relevancia conforman el Ibex 35, el índice bursátil de referencia en España.

A la hora de estudiar este índice para analizar la aplicación de los dos conceptos: Responsabilidad Social Corporativa y Objetivos de Desarrollo Sostenible en las grandes empresas españolas se ha elegido el sector bancario, y en concreto los bancos Santander y BBVA. Esto ha sido así por dos motivos, en primer lugar, por el liderazgo indiscutible de estos bancos, a nivel tanto internacional como nacional. Aparte de la relevancia destacada de los dos bancos, se ha elegido el sector bancario para estudiar la presencia de políticas e iniciativas en este ámbito y darlas a conocer, ya que en numerosas ocasiones son otro tipo de empresas de sectores muy distintos las que se relacionan con prácticas responsables a nivel social y medioambiental, como la industria textil e Inditex o el sector de la energía con Endesa. En este sentido, los bancos “tienen que seguir trabajando en desprenderse de la imagen de ser entidades fuertemente orientadas al beneficio, siendo especialmente necesario que orienten sus políticas de RSC hacia la satisfacción del cliente, así como hacia el cumplimiento estricto de los requerimientos legales del sector.” (Pérez-Ruiz & Rodríguez del Bosque, 2012) Sin embargo, como se pondrá de manifiesto más adelante en el trabajo, también la industria bancaria se ha unido a esta lucha por un mundo mejor que debe ser puesta en conocimiento para demostrar que también los bancos pueden y tienen la intención de contribuir y ayudar a alcanzar estos objetivos.

1.2 Objetivos

El principal objetivo de este trabajo consiste en estudiar y analizar cómo las principales entidades financieras españolas (Ibex 35) están incorporando la Responsabilidad Social Corporativa, y más concretamente los Objetivos de Desarrollo Sostenible, en su estrategia y objetivos empresariales. Se pretende estudiar si, en el caso concreto de los bancos españoles Santander y BBVA, estos Objetivos de Desarrollo Sostenible se han incorporado como algo fundamental en el desempeño de la entidad, y si se han incrementado los esfuerzos e iniciativas para su consecución.

La Responsabilidad Social Corporativa y los ODS se han convertido en algo esencial para las empresas hoy en día, ya que por un lado generan valor para las mismas, y por otro, la sociedad y los clientes han desarrollado un interés y exigencia críticas en su incorporación y consecución, por lo que las empresas tienen la necesidad y urgencia de adoptarlas eficazmente.

Los objetivos más específicos de este trabajo se pueden concretar en:

- Definir la Responsabilidad Social Corporativa y los Objetivos de Desarrollo Sostenible
- Estudiar la historia, evolución y situación actual de estos dos conceptos
- Analizar las ventajas para las empresas que incorporan estos conceptos en su agenda
- Identificar la relación entre RSC y ODS
- Investigar si Banco Santander y BBVA incorporan y gestionan la RSC y más concretamente los ODS, y si llevan a cabo medidas e iniciativas para su cumplimiento

1.3 Estructura

En cuanto a la estructura, este trabajo ha sido dividido en tres capítulos en relación a la temática que se aborda en cada uno de ellos.

El primer capítulo aborda el concepto de Responsabilidad Social Corporativa. Para profundizar y comprender exactamente este concepto de máxima relevancia en la actualidad empresarial, se comienza explicando el concepto a través de definiciones de autores o instituciones, concretando los puntos en común que presentan todas ellas y que son inherentes a este término. Posteriormente, se realiza un análisis exhaustivo del origen, historia y evolución de la Responsabilidad Social Corporativa para comprender en qué punto se encuentra dentro del panorama empresarial actual. El último punto de este capítulo y de gran importancia para este trabajo es determinar las ventajas que supone para las empresas, o, dicho de otra forma, dar incentivos y expresar motivos por los que las empresas deben integrarlos.

En el segundo capítulo de este trabajo se detallan todos los aspectos relevantes de los Objetivos de Desarrollo Sostenible. Al igual que en el primer capítulo, se explica el concepto, la historia y evolución del mismo y la importancia que tienen para las empresas. Además, se explica la relación entre ambos conceptos, ya que en numerosas ocasiones su relación puede dar lugar a confusiones en términos conceptuales o de coexistencia. Para finalizar este capítulo, se exponen cinco puntos que pueden ayudar a las empresas a incorporar los Objetivos de Desarrollo Sostenible en su estrategia empresarial de forma rápida y eficiente.

En el tercer y último capítulo de este trabajo de fin de grado se analizan los casos de los bancos españoles Santander y BBVA en materia de RSC y ODS para comprobar si estos conceptos están presentes en el sector bancario y, sobretodo, en los dos bancos españoles mencionados. Se estudia la misión, visión y valores de cada uno de ellos además de la identificación y gestión que hacen de sus grupos de interés. Posteriormente se examinan las políticas e iniciativas de Responsabilidad Social Corporativa y, en último lugar, se observa la integración de los Objetivos de Desarrollo Sostenible en los objetivos estratégicos de las entidades para comprender si hacen una contribución efectiva a ellos, comprobar si se centran en algunos o intentan realizar aportaciones a todos y valorar los

beneficios y resultados obtenidos para la sociedad y el medioambiente. Gracias a este tercer capítulo se podrá estudiar si el sector bancario está alineado con la responsabilidad social y la sostenibilidad, ya que en numerosas ocasiones no es un sector relacionado con estos conceptos, estando más presentes en la materia, por ejemplo, empresas eléctricas y energéticas.

1.4 Metodología

Para conseguir los objetivos descritos anteriormente, se utilizará un método deductivo y una búsqueda y recopilación de datos cualitativos, que permitan realizar un análisis exhaustivo y minucioso, a través de buscadores académicos como Dialnet o Google Scholar. Todo ello permitirá abordar el marco teórico correspondiente del trabajo y aplicarlo y compararlo con las actuaciones llevadas a cabo por las entidades financieras concretas que se analizan en materia de Responsabilidad Social Corporativa y Objetivos de Desarrollo Sostenible.

En los dos primeros capítulos, en los que se estudian los dos conceptos principales sobre los que se basa este trabajo, Responsabilidad Social Corporativa y Objetivos de Desarrollo Sostenible, se consultarán y revisarán fuentes bibliográficas como artículos, informes, manuales o páginas web que permitan clarificar la definición, historia, evolución y situación de ambos, así como la importancia y beneficios para las empresas. En el caso de los ODS, cabe destacar que se utilizan fuentes procedentes de la ONU, ya que esta se encarga de realizar informes en los que se explica con claridad todo lo relevante en la materia.

En la parte de análisis del caso de Banco Santander y BBVA, la información será extraída principalmente de sus documentos oficiales, informes o memorias anuales y la web corporativa.

CAPÍTULO I: RESPONSABILIDAD SOCIAL CORPORATIVA

2. RESPONSABILIDAD SOCIAL CORPORATIVA

En la actualidad, son numerosas las ocasiones en las que oímos hablar e incluso debatir acerca de este concepto que ha cobrado tanta relevancia en el mundo empresarial y que cada vez es más exigido a las empresas por parte de sus clientes. Las empresas, aparte de desempeñar su actividad empresarial, deben presentar una adecuada forma de actuar concienciada con lo que pueden provocar sus acciones y con las repercusiones que estas pueden tener en determinados ámbitos. Antes de analizar y profundizar en detalles como la importancia que tiene para las empresas y el mundo empresarial en sí, es de vital importancia entender qué significa realmente este término, qué representa y como ha ido evolucionando con el paso del tiempo para alcanzar la importancia que actualmente tiene.

2.1 Concepto

El término Responsabilidad Social Corporativa, también denominada Responsabilidad Social Empresarial, comúnmente conocida por las siglas RSC o RSE, no presenta una definición exacta como tal. Es un concepto de relativa reciente creación que ha pasado a tener un gran impacto y repercusión desde principios de la década de 1990 como consecuencia de la globalización.

Esto se debe a que la globalización hacía visionar un gran futuro, en el que las desigualdades comenzarían a desaparecer y los países en vías de desarrollo tendrían multitud de oportunidades, ventajas y comenzarían a alcanzar ese ansiado desarrollo. Sin embargo, los desequilibrios que ha producido la globalización han desvanecido toda esperanza de desarrollo e igualdad, ya que esta ha favorecido “el aumento del poder de la empresa en detrimento de los Estados, la disminución en derechos para atraer la inversión directa extranjera, los procesos de deslocalización y la privatización de servicios básicos, entre otros.” (Observatorio de Responsabilidad Social Corporativa, 2021) El contexto descrito provocó que surgiesen ideas y debates acerca de la Responsabilidad Social Corporativa, como elemento que permita disminuir esos desequilibrios y desigualdades que ocasionan las empresas y multinacionales.

En el seno de estos debates, ya se discutía acerca de la responsabilidad social de las empresas lo que “se podría entender como el compromiso de aquéllas con los valores colectivos definidos por la sociedad.” (Mozas & Puentes, 2010) Atendiendo a este concepto, las empresas actúan como un miembro más de la sociedad y deben gestionar su actividad económica en línea con los objetivos, fines y necesidades sociales identificados en la misma. Este concepto muestra la función social que tienen las empresas, remarcando “la perspectiva social de su contenido y la necesidad de que la actividad económica que desarrollan responda a una más justa distribución de la riqueza, así como la defensa de los bienes pertenecientes a todos.” (Valpuesta, 2012)

Sin embargo, el concepto que se pretende estudiar en este apartado, el de Responsabilidad Social Corporativa, va más allá, ya que, como señala Rosario Valpuesta en su artículo mencionado en el párrafo anterior, esta se concreta en programas, políticas y prácticas voluntarias que se integran en la actividad económica, “en los que se comprometen con la defensa de determinados valores, en los ámbitos económico, social y medioambiental, como respuesta a las presiones de determinados grupos de interés, los *stakeholders*.” (Valpuesta, 2012)

Este compromiso voluntario que adquieren las empresas y que incorporan a su actividad como Responsabilidad Social Corporativa evoluciona constantemente adaptándose a la dinámica del mundo empresarial y a las necesidades que surgen en los ámbitos económico, social y medioambiental, por lo que no presenta una definición única. Sin embargo, en definiciones referentes de este concepto encontramos que comparten aspectos.

Son diversos los académicos que han propuesto una definición intentando encontrar un consenso acerca de qué es la Responsabilidad Social Corporativa, pero es un concepto tan amplio y dinámico que resulta complicado encontrar una definición única y exacta. Sin embargo, a continuación, recopilaré algunas definiciones de autores y organizaciones para aclarar qué supone e implica la RSC.

Bowen, uno de los primeros en hacer referencia a este término y considerado el padre fundador por muchos, como se explicará más adelante, explicó que “RSC se refiere a las obligaciones de los hombres de negocios de aplicar políticas, tomar decisiones o seguir

líneas de acción que son deseables en términos de objetivos y valores de nuestra sociedad.” (Bowen, 1953)

Desde el Foro de la Empresa y la Responsabilidad Social en las Américas, resaltan que “aunque no existe una definición única de la Responsabilidad Social Empresarial, ésta generalmente se refiere a una visión de los negocios que incorpora el respeto por los valores éticos, las personas, las comunidades y el medio ambiente.” (Instituto Argentino de Responsabilidad Social Empresarial, 2018) Para intentar aclarar un poco más el concepto, el Centro para la acción de la Responsabilidad Social Empresaria (CentraRSE) de Guatemala indica que “la RSE no es filantropía, no son acciones sociales independientes, y no son obligaciones ni imposiciones a las empresas. La RSE, más bien, es una estrategia o una forma de actuar de la empresa en su inter relación con todos los actores que la rodean y que se convierte en una ventaja competitiva.” (Instituto Argentino de Responsabilidad Social Empresarial, 2018) Cabe destacar también lo que expresan desde The Center for Corporate Citizenship de Boston College, el hecho de que una empresa integre la responsabilidad corporativa supone que ésta entiende que “su propio éxito está entrelazado con la salud de la sociedad y el bienestar general.” (Instituto Argentino de Responsabilidad Social Empresarial, 2018)

En la misma línea, otros autores han expresado que “la RSE se puede definir como el conjunto de obligaciones y compromisos, legales y éticos, nacionales e internacionales, con los grupos de interés, que se derivan de los impactos que la actividad y operaciones de las organizaciones producen en el ámbito social, laboral, medioambiental y de los derechos humanos.” (De la Cuesta, Valor, & Kreisler, 2003)

Una de las definiciones más aceptadas hoy en día, es la que enunció la Comisión Europea en su Libro Verde, en el que se define “este concepto 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.” (Comisión de las Comunidades Europeas, 2001)

Por su parte, el World Business Council for Sustainable Development (WBCSD), el Consejo Empresarial Mundial para el Desarrollo Sostenible en español, entiende que “la responsabilidad social empresarial es el compromiso que asume una empresa para

contribuir al desarrollo económico sostenible por medio de colaboración con sus empleados, sus familias, la comunidad local y la sociedad en pleno, con el objeto de mejorar la calidad de vida.” (World Business Council for Sustainable Development , 2002)

Como se puede observar, en todas las definiciones anteriores propuestas por autores e instituciones, aunque no presente una definición única y común comparte ciertos aspectos en todas ellas y que no pueden faltar si hablamos de RSC. Estos puntos en común inherentes a la RSC son:

- El carácter voluntario: adoptar la responsabilidad corporativa como un principio más de la visión, misión y estrategia empresarial forma parte de la intención de las empresas, ya que esta no tiene un carácter obligatorio, no está recogida en leyes o normas y se limita a los esfuerzos por no perjudicar y por beneficiar el máximo posible a terceros con la actividad empresarial que se lleva a cabo.
- Carácter social y medioambiental: el compromiso que se adquiere con la RSC no solo implica a la sociedad, entendida esta como un conjunto de seres humanos, sino también a la parte medioambiental que muchas veces se ve dañada por las grandes empresas.
- Incorporación en el día a día empresarial: la RSC no supone políticas aisladas que con el paso del tiempo puedan caer en el olvido, la RSC pasa a formar parte de la misión, visión, estrategia y objetivos empresariales.
- Importancia de los grupos de interés: es de vital importancia que la empresa identifique cuáles son los grupos de interés o *stakeholders*, relacionados con la empresa, es decir, aquellos “accionistas, trabajadores, clientes, proveedores, habitantes de las zonas de actuación de las compañías” (Moreno, 2006) que se ven implicados de una forma u otra en el desarrollo de las actuaciones empresariales. Esto “se plantea como una de las cuestiones fundamentales en la implantación de la RSC y en definitiva en la consecución de la creación de valor de manera sostenible por parte de la empresa.” (Moreno, 2006)

- Fuente de ventaja competitiva: como se analizará y detallará más adelante, la implantación de la RSC supone una ventaja competitiva para las empresas, con un impacto positivo demostrado en los resultados financieros y el desempeño.

2.2 Historia, evolución y situación actual

Lo que hoy en día conocemos como Responsabilidad Social Corporativa no presenta un comienzo concreto y sigue suscitando debate entre los autores al no existir un consenso. Algunos académicos, como Mozas y Puentes (2010), sitúan el nacimiento de este concepto en las empresas “en los años 20 y en concreto en 1923, fecha en la que Oliver Sheldon publicó su obra en la que manifiesta que las responsabilidades básicas de la gestión son sociales.” Este enfoque hace mayor énfasis en el capital humano de las empresas y en el derecho que tienen los trabajadores a ser tratados de una manera justa y digna”, así como en la obligación de los dirigentes de tratar a los empleados dentro de esas líneas. (Mozas & Puentes, 2010)

Otros autores, entre ellos Carroll (1999), destacado autor de la materia, sitúa el origen de la RSC a “mediados del siglo XX, exactamente en los años 50, donde el mundo empresarial se enfrentó a grandes escándalos financieros.” (Mozas & Puentes, 2010) En concreto Carroll señala el año 1953 como fecha de origen, ya que es en ese año en el que Bowen y la publicación de su obra “Social Responsibilities of the Businessmen” sacan a relucir la obligación que tienen las empresas y sus directivos de cumplir con la sociedad, tanto con sus objetivos, como sus necesidades. Antes de la publicación de su obra, se consideraba que los dirigentes de las empresas eran únicamente responsables de los objetivos y consecuencias empresariales en términos financieros. Gracias al autor y su obra, comienza a introducirse el concepto de que son de especial relevancia las consecuencias que la actividad empresarial genera para la sociedad y no solo para la situación financiera de la empresa en cuestión.

Sin embargo, en la década de los 60, la RSC pierde relevancia, al considerarse que debe darse prioridad a lo económico y financiero y que llevar a cabo la RSC y los objetivos financieros no es compatible. Esto supone un retroceso ya que como señalan las autoras Mozas y Puentes (2010) en su artículo, anteriormente citado, “se vuelve a dar prioridad

al aspecto económico de la gestión, donde el objetivo último de la empresa es la maximización del beneficio, no siendo sujetos de responsabilidades sociales. Se entendía que si una empresa gastaba dinero en causas sociales estaba actuando en detrimento del beneficio de los accionistas.” Algunos autores que apoyan esta teoría y abogan por lo económico frente a lo social son Friedman y Henderson.

Unos años más tarde, el concepto comienza a adquirir gran relevancia gracias a autores como Steiner y Carroll, que comienzan a estudiar y analizar el término y sus implicaciones, desde un punto de vista más social. Steiner contribuyó a la evolución del concepto de RSC al recalcar la importancia y la obligación de las empresas de impactar de forma positiva en la sociedad, ya que “las empresas deben seguir siendo fundamentalmente una institución económica, pero tienen la responsabilidad de ayudar a la sociedad a alcanzar sus metas básicas, y por tanto tiene responsabilidades sociales.” (Steiner, 1971) También en esta década, Carroll expuso su modelo acerca de la tridimensionalidad de la RSC, al considerar que “la responsabilidad social de las empresas abarca las expectativas económicas, legales, éticas o discrecionales de la sociedad sobre la organización en un momento dado en el tiempo.” (Carroll, 1979)

La década de los 80 supone un gran avance, ya que en esos años se determinaron modelos y teorías, lo que supuso que el concepto ambiguo y sin relevancia que comenzó siendo la RSC pasara a cobrar importancia, a tomar forma y a ser cada día más conocido entre los autores y la sociedad. Cabe destacar a Carroll, cuya aportación en esta década se concretó en analizar con más detalle y profundidad el concepto de la RSC y sus implicaciones. Para Carroll (1983), “la RSE implica la realización de un negocio de manera que sea económicamente rentable, respetuoso de la ley, ético y socialmente solidario. Por tanto, ser socialmente responsable, significa que la rentabilidad y la obediencia a la ley son ante todo las condiciones” necesarias. La concepción inicial de que las empresas deben rendir cuentas solo ante los accionistas es desmontada por Freeman en 1984, ya que este establece que las compañías “debe atender a todos los grupos o individuos que afectan o son afectados por la actividad” (Freeman, 1984) estableciendo los pilares de la Teoría de los grupos implicados o Teoría Stakeholder.

En la siguiente década, las obligaciones y deberes sociales y medioambientales de las empresas cobran gran importancia, aunque en un principio se limitaban al cumplimiento

mínimo legal y a actos altruistas. Además, se empiezan a descubrir los numerosos beneficios que la RSC aporta a las empresas y el impacto positivo en los resultados financieros de esta. Las aportaciones de modelos de autores como Carrol y Quazi y O'Brien ponen de manifiesto que la RSC es un concepto que ha llegado para quedarse, sin ser pasado por alto y sin limitarse a los pensamientos iniciales que le restan importancia. El modelo tridimensional de Carroll pasa a ser cuatridimensional, formado por una pirámide con las cuatro responsabilidades que implica la RSC. Estas cuatro dimensiones se pueden observar en la figura 1, la cual indica que “de forma integral, la responsabilidad social de la empresa implica el deber de obtener un beneficio, obedecer la ley, ser ético y ser un buen ciudadano.” (Carroll, 1991)

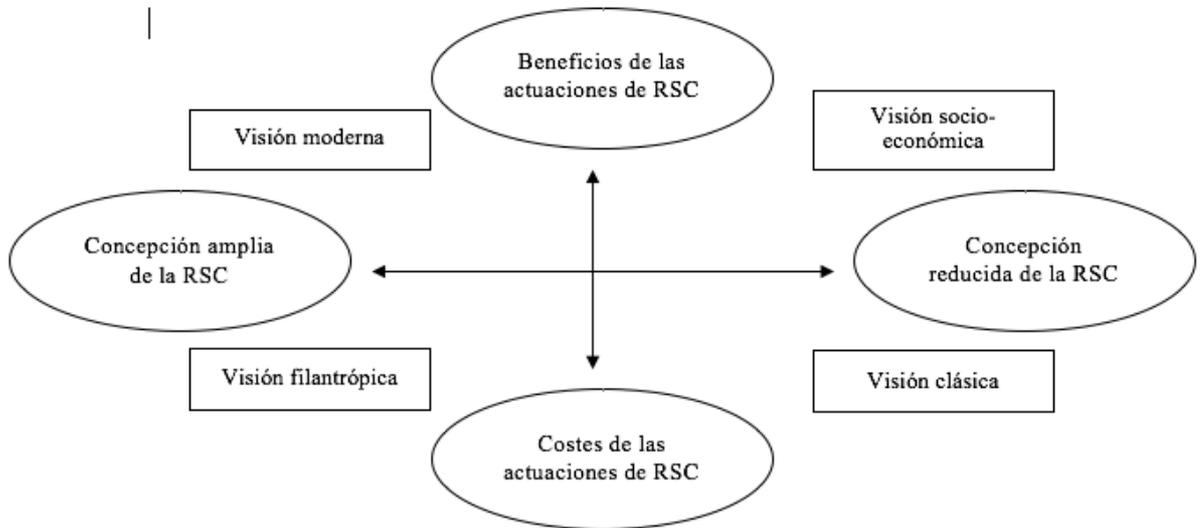
Quazi y O'Brien (2000) también elaboraron un modelo, en este caso bidimensional, el cual expone las dimensiones desde el punto de vista organizacional, las cuales pueden observarse en la figura 2. Estos enfoques son: ámbito de la responsabilidad social (reducido o amplio) y percepciones de las consecuencias de la acción social de las empresas (costes o beneficios). A partir de estas dimensiones el modelo define cuatro enfoques o perspectivas de entender la RSC: clásica, socio-económica, filantrópica y moderna. (Mozas & Puentes, 2010)

Figura 1: La pirámide de la Responsabilidad Social Corporativa



Fuente: elaboración propia basado en Carroll (1991)

Figura 2: Modelo bidimensional de la Responsabilidad Social Corporativa



Fuente: elaboración propia basado en Quazi y O'Brien (2000).

Desde los años 90 hasta el día de hoy se ha producido el máximo auge y desarrollo del término, ya que las empresas se han dado cuenta de la importancia que la RSC tiene en la actividad empresarial, pasando a formar parte de la estrategia e incorporándose con la misión y visión. A finales del siglo XX, gracias a las iniciativas de “organismos como la OCDE y la OIT, éstos y otros organismos multilaterales han seguido desarrollando propuestas que han impulsado el conocimiento y desarrollo de la RSC, entre ellos la ONU (Global Compact, 1999), el Banco Mundial, (programa RSE, 1999) o la Comunidad Económica Europea, (Libro Verde, 2001).” (Moreno, 2006)

En lo que llevamos de siglo son numerosas las empresas que han integrado la RSC como elemento inseparable de la creación de beneficio y resultados financieros positivos. Además, los escándalos financieros de algunas compañías han aumentado la exigencia de la sociedad, demandando unas actuaciones más éticas y socialmente responsables ante la desconfianza y desprestigio que los escándalos han suscitado. Los clientes ya no aceptan que las empresas perjudiquen con su actuación a la sociedad o al medioambiente. Por su parte, las empresas conscientes de todo esto, han decidido dar un paso más allá para

mejorar su imagen y reputación y han visto en la RSC una oportunidad para conseguirlo. Esta dualidad entre maximización de beneficios y reputación empresarial y las diversas demostraciones de que la RSC incide de forma positiva en ambos, ha puesto de manifiesto la necesidad de incorporarla como un elemento más en los objetivos estratégicos.

2.3 Importancia para las empresas

Cada día son más las empresas que integran la RSC como un elemento esencial que forma parte del plan estratégico y operativo de las compañías. Es un concepto que ha llegado para quedarse gracias a la concienciación y preocupación de gran parte de la población acerca de cómo llevan a cabo las empresas su actividad empresarial. Además, por parte de las empresas cada vez adquiere mayor importancia al ser una fuente de múltiples beneficios para las mismas, y aunque inicialmente puede presentar dificultad introducir un concepto novedoso en estructuras empresariales que llevan años sin presentar cambios, con el paso del tiempo la RSC presenta una ventaja competitiva que ninguna empresa debe dejar atrás.

Como indican desde el Banco Santander, el cual posteriormente será analizado en este trabajo, los principales beneficios que supone la Responsabilidad Social Corporativa son los siguientes: (Banco Santander, 2018)

- Mejora de la imagen de marca y reputación: como se ha indicado anteriormente, tanto los clientes como el resto de personas relacionados directamente con una empresa, como por ejemplo inversores o proveedores, han ido ganando consciencia de la importancia de la ética empresarial, por lo que la adopción de prácticas que sean socialmente responsables aumenta la credibilidad, confianza y diferenciación de la empresa. Además, a raíz de la crisis del año 2008 “la confianza en las instituciones financieras se deterioró considerablemente. Por otra parte, el sistema financiero está en deuda con la sociedad, tras el uso de fondos públicos en los rescates financieros y una manera posible de devolvérsela es a través de prácticas altruistas”, (Tejera, 2016) que también favorecerán la recuperación de la confianza mencionada anteriormente.

- Fidelización: por las razones anteriores, clientes, proveedores o inversores prefieren interactuar con empresas que tengan presente la RSC. Esto crea una especie de compromiso personas-empresa entre aquellas personas y compañías que muestran preocupación por la sociedad y el medioambiente, entre otros.
- Mayor atracción y retención del talento: como ocurre con accionistas, proveedores y consumidores, los trabajadores también muestran preferencia por aquellas firmas que presentan esta consciencia social y medioambiental. Además, “los índices de satisfacción de las plantillas en los negocios socialmente responsables son elevados y permiten una mayor estabilidad y compromiso de los empleados con la firma.” (Banco Santander, 2018)
- Mejora de la productividad: el hecho de que los trabajadores estén comprometidos y motivados se traduce en un aumento de la productividad, que a su vez se reflejará de forma positiva en los resultados financieros.
- Posibilidad de entrada en mercados: en numerosos países cada vez hay más consumidores con consciencia de la importancia de la ética y la responsabilidad social. Según el informe del estudio Edelman Earned Brand 2018, “los estadounidenses que compraron basándose en valores o creencias son un 12% más que en 2017 (59% del total) y los británicos, un 20% más (57%)” (Rojas, 2018), por lo que la presencia de prácticas responsables con la sociedad y el medioambiente facilita el acceso, adaptación y estabilidad en estos mercados.
- Acceso a financiación: la mejora de la reputación y confianza y la aplicación de determinadas prácticas, facilita el acceso a la financiación, las condiciones de esta, e incluso la posibilidad de solicitar financiación adicional específica para empresas que sean socialmente responsables.
- Mejora de la eficiencia: la mejora de la productividad conlleva la mejora de los resultados financieros empresariales. Pero, además, la aplicación de la RSC conlleva prácticas de respeto del medioambiente como un mejor aprovechamiento de los recursos y evitar un derroche innecesario, lo que ayuda a disminuir gastos.

Como se ha visto la Responsabilidad Social Corporativa, se ha convertido por lo tanto en un concepto de gran relevancia en la sociedad actual, aportando numerosos beneficios a las personas, al medioambiente y a las empresas.

En 2015, la ONU lanzó los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS), estableciendo un plan de acción contra algunos de los mayores problemas presentes a nivel mundial. Tal y como detalla la ONU en su página web, están dirigidos a los países y sus sociedades, lo que incluye a las empresas que operan en estos. En concreto, nuestro país, “ha situado estos objetivos en el centro de su acción política, como un compromiso de Estado, que está generando una movilización de la sociedad española, implicando a los diferentes sectores que conforman la sociedad civil, entre ellos las empresas públicas y privadas.” (Gallach, 2019)

Se establece así una relación inseparable entre RSE y ODS, siendo la primera el instrumento que posibilita y facilita a cada empresa la consecución de estos objetivos a nivel mundial. Por ello, es de gran importancia analizar los ODS, su origen, evolución e importancia en la sociedad actual, así como la forma de relacionarse con la RSC estudiada en este capítulo para posteriormente aplicar estos conceptos al sector bancario español y en concreto a los casos del Banco Santander y BBVA.

CAPÍTULO II: OBJETIVOS DE DESARROLLO SOSTENIBLE

3. OBJETIVOS DE DESARROLLO SOSTENIBLE

3.1 Concepto

La impulsora de los Objetivos de Desarrollo Sostenible, la ONU, define los ODS como “17 objetivos para transformar nuestro mundo.” (Naciones Unidas , 2021) Los ODS establecen metas por un período de 15 años para afrontar los grandes problemas, como las desigualdades, el hambre, la pobreza o el analfabetismo, que afectan mundialmente a la sociedad. Desde la ONU se espera que estos objetivos se consigan para el año 2030. No existe una mejor definición, más detallada, clara y precisa que la ofrecida por la ONU para entender este concepto y lo que implica:

“Los Objetivos de desarrollo sostenible son el plan maestro para conseguir un futuro sostenible para todos. Se interrelacionan entre sí e incorporan los desafíos globales a los que nos enfrentamos día a día, como la pobreza, la desigualdad, el clima, la degradación ambiental, la prosperidad, la paz y la justicia. Para no dejar a nadie atrás, es importante que logremos cumplir con cada uno de estos objetivos para 2030.” (Naciones Unidas , 2021)

Los ODS que conforman este plan maestro para luchar contra los problemas globales son: fin de la pobreza; hambre cero; salud y bienestar; educación de calidad; igualdad de género; agua limpia y saneamiento; energía asequible y no contaminante; trabajo decente y crecimiento económico; industria, innovación e infraestructura; reducción de las desigualdades; ciudades y comunidades sostenibles; producción y consumo responsables; acción por el clima; vida submarina; vida de ecosistemas terrestres; paz, justicia e instituciones sólidas; y alianzas para lograr los objetivos

En estos objetivos se concretan problemas y hechos presentes en la sociedad a nivel mundial, como el objetivo 4: Educación de calidad, ante la existencia de 617 millones de niños y adolescentes que carecen de competencias básicas en lectura y matemáticas, el objetivo 12: Producción y consumo responsables, como solución a la previsión de que en 2050 se necesitaría el equivalente a casi tres planetas para mantener nuestro estilo de vida actual o el objetivo 16: Paz, justicia e instituciones sólidas, debido al alto número de personas que en 2018 se encontraba huyendo de guerras, que superó los 70 millones. (Naciones Unidas , 2021)

Figura 3: Objetivos de Desarrollo Sostenible



Fuente: Red Española para el Desarrollo Sostenible (2015)

3.2 Historia, evolución y situación actual

El deseo de alcanzar un desarrollo sostenible y terminar con las desigualdades existentes en el planeta se vio materializado en el año 2000, a raíz de las conferencias y reuniones internacionales de los años 90, en los que se iba fraguando un plan de acción que ayudase a alcanzar un mundo más justo, en el que el hambre o el analfabetismo no tuviesen cabida y en el que las personas o el medioambiente no resultaran dañadas como consecuencia de las actividades de otros. Así, en ese año, se firmó la Declaración del Milenio, la cual presentaba 8 objetivos conocidos como los Objetivos de Desarrollo del Milenio. Los miembros de la ONU firmaron, por lo tanto, lo que se conoce como el primer intento universal de poner fin a los grandes problemas que afectan a la población mundial a través de metas y actuaciones en común. Además, supuso un hito y un gran avance para la cooperación internacional, la cual es vista como el medio para alcanzar el tan ansiado desarrollo sostenible a escala mundial. Estos retos de desarrollo, que debían ser alcanzados antes de 2015, son: erradicar la pobreza extrema y el hambre; lograr la enseñanza primaria universal; promover la igualdad entre los sexos y la autonomía de la mujer; reducir la mortalidad de los niños y niñas menores de 5 años; mejorar la salud materna; combatir el VIH/sida, el paludismo y otras enfermedades; garantizar la sostenibilidad del medio ambiente; y fomentar una alianza mundial para el desarrollo.

A pesar de los esfuerzos y los intentos de actuación para combatir las mayores preocupaciones existentes a nivel mundial, los resultados no fueron los esperados. La propia ONU elaboró un informe que muestra que los ODM no fueron capaces de erradicar las preocupaciones y el largo camino que queda por recorrer. Incluso el antiguo Secretario de las Naciones Unidas, el Sr. Ban Ki-Moon expresó el resultado agríndice obtenido tras el período de 15 años: “A pesar de los notables logros, estoy profundamente consciente de que las desigualdades persisten y que el progreso ha sido desigual. La pobreza continúa concentrada predominantemente en algunas partes del mundo.” (Hernando & Podga, 2016) Tras hacer balance y analizar los ODM en sus años de vigencia, se detectaron errores e imprecisiones, entre otros, que estos ODM se centraron en los problemas que causa la pobreza y en sus consecuencias, en vez de estudiar y analizar el origen y razón de existencia de la pobreza para poder poner fin a estas causas que mantienen su permanencia en la sociedad. En efecto, “pusieron el foco sobre el volumen de las ayudas, pasando por alto las necesarias reformas en los sistemas financieros, comerciales y políticos tanto nacionales como internacionales.” (Hernando & Podga, 2016) Además, los ODM se formularon sin tener en cuenta las opiniones de las comunidades locales que padecen de primera mano las desigualdades, el hambre, las enfermedades y la pobreza. Los autores Hernando y Podga consideran que es de vital importancia que las comunidades locales y los pueblos participen en este proceso de elaboración de objetivos, actuaciones y soluciones para aportar su conocimiento y opinión desde sus vivencias y experiencia ante estos problemas que viven día a día.

En 2015, para continuar la senda iniciada por los ODM y continuar con el progreso alcanzado, se formulan y establecen los 17 Objetivos de Desarrollo Sostenible incluidos en la Agenda 2030. Estos objetivos pretenden ser más eficientes que los anteriores, más precisos, con inclusión de agentes públicos y privados, actuando tanto a nivel nacional de los países como a nivel internacional, de forma que la cooperación conduzca a un desarrollo sostenible, no solo disminuyendo la pobreza existente, sino también teniendo en cuenta otros aspectos como el medioambiente. Los ODM demostraron que para erradicar la pobreza se debe actuar en otros campos, “integrando las dimensiones económica, social y medioambiental del desarrollo sostenible, así como los derechos humanos, la igualdad de género, el Estado de Derecho, la buena gobernanza y las sociedades pacíficas e inclusivas.” (Dirección General de Medio Ambiente, 2015)

Las acciones conjuntas por parte de los países para lograr los Objetivos de Desarrollo del Milenio han logrado ciertos avances, lo que hace que la situación mundial haya mejorado a partir de estos. Sin embargo, aunque se ha conseguido reducir el número de personas que viven en condiciones de pobreza extrema o el número de muertes en niños menores de cinco años, existen datos aún preocupantes, ya que, por ejemplo, todavía “58 millones de niños en edad escolar no van al colegio, la mitad de ellos vive en áreas afectadas por conflictos y 40 millones de mujeres dieron a luz sin asistencia médica en 2021.” (Agudo, 2014) Estos datos muestran algunos de los muchos desafíos a los que tendrán que enfrentarse los Objetivos de Desarrollo Sostenible para mejorar las condiciones de vida de la población, además de proteger el medioambiente para lograr un crecimiento que pueda ser sostenido en el tiempo. ¿Serán estos la solución final para lograr las exigentes metas y acabar con las desigualdades y las dificultades para el desarrollo? Solo el tiempo dirá si estos esfuerzos son insuficientes y deben prolongarse de manera continuada en el tiempo, pero aparte de los países, numerosas empresas los están incorporando para fomentar la cooperación y la ayuda que lleve a una solución para estos problemas persistentes desde hace tiempo, y como se analizará en el capítulo posterior, el sector bancario español no se ha quedado atrás.

Figura 4: Comparativa de los ámbitos de actuación de los ODM frente a los ODS

	ODM. Objetivos de Desarrollo del Milenio	ODS. Objetivos de Desarrollo Sostenible
Personas	Objetivo 1: Erradicar la pobreza extrema y el hambre Objetivo 2: Lograr la enseñanza primaria universal Objetivo 3: promover la igualdad entre los sexos y el empoderamiento de la mujer Objetivo 4: Reducir la mortalidad infantil Objetivo 5: Mejorar la salud materna Objetivo 6: Combatir el VIH/ SIDA, la malaria y otras enfermedades	Objetivo 1: Fin de la pobreza Objetivo 2: Hambre cero Objetivo 3: Salud y bienestar Objetivo 4: Educación de calidad Objetivo 5: Igualdad de género
Planeta	Objetivo 7: Garantizar la sostenibilidad del medio ambiente	Objetivo 6: Agua limpia y saneamiento Objetivo 12: Producción y consumo responsables Objetivo 13: Acción por el clima Objetivo 14: Vida submarina Objetivo 15: Vida de ecosistemas terrestres
Prosperidad		Objetivo 7: Energía asequible y no contaminante

		Objetivo 8: Trabajo decente y crecimiento económico Objetivo 9: Industria, innovación e infraestructura Objetivo 10: Reducción de las desigualdades Objetivo 11: Ciudades y comunidades sostenibles
Paz		Objetivo 16: Paz, justicia e instituciones sólidas
Asociaciones	Objetivo 8: Alianza mundial para el desarrollo	Objetivo 17: Alianzas para lograr los objetivos

Fuente: elaboración propia basado en Fundación Bancaria “la Caixa”; ESADE. (2018) Informe “La contribución de las empresas españolas a los Objetivos de Desarrollo Sostenible.”

3.3 Importancia para las empresas

Los Objetivos de Desarrollo Sostenible no solo aportan numerosos beneficios para el progreso social, económico, educativo o medioambiental. Como se detallará a continuación suponen una ventaja competitiva que favorece a las organizaciones en diversos aspectos. Como ocurre con la RSE, las empresas tienen que ser conscientes de la sociedad actual en la que operan, adaptándose a los tiempos y a las necesidades y requerimientos de sus consumidores, clientes o inversores. Es indudable que las personas cada vez presentan una mayor consciencia de la importancia de actuar de una manera responsable social y medioambientalmente. Las empresas también han experimentado la trascendencia de operar en estas líneas y el impacto positivo a nivel organizativo:

- Nuevos mercados y negocios: integrar los ODS como parte de los objetivos estratégicos de la empresa supondrá un acceso a nuevas oportunidades de negocio que a su vez integrarán una parte esencial de la economía y los mercados en un futuro próximo. Estos nuevos segmentos de mercado en los que las empresas pueden acceder a negocios clave serán aquellos a los que los ODS pretenden dirigir los recursos y esfuerzos públicos y privados para alcanzar metas sostenibles para la sociedad y el medioambiente. Entre ellos se encuentran “las nuevas tecnologías, la economía circular, los negocios inclusivos, las energías renovables o la economía ecológica.” (Red Española del Pacto Mundial; Consejo General de Economistas de España; CEPYME, 2019) Citando a la misma fuente, la Guía para PYMES ante los Objetivos de Desarrollo Sostenible ofrece datos

que hacen indiscutible la oportunidad de negocio de estos nuevos segmentos, ya que, por ejemplo, “en el caso de las energías renovables, este mercado representa más de 297.000 millones de dólares con un crecimiento de 6 billones de dólares en nuevas inversiones y energía eólica y solar hasta el año 2040.” La sostenibilidad y la gestión sostenible será en unos años inherente a la actividad empresarial, por lo que las empresas que vayan familiarizándose e implementando estas actuaciones y principios irán por delante del resto y podrán amoldarse antes.

- Mayor eficiencia y reducción de costes: como ocurre con la RSC, los ODS ponen de manifiesto la necesidad de un ahorro y control de la energía y agua utilizada, lo que conlleva un ahorro final en las cantidades empleadas de estos. Numerosas empresas implantan este objetivo con un doble enfoque, por un lado, ser responsables medioambientalmente evitando despilfarros de energía y/o agua y por otro mejorar sus resultados financieros con este ahorro de costes. Existen en concreto dos ODS, el número 6 y 7, que pueden ayudar a las empresas en este aspecto.
- Posibilidad de estrechar relaciones con otras empresas y/o actores: cada día son más las empresas que centran su modelo de negocio en la sostenibilidad o que incluyen los ODS como parte fundamental en su desarrollo de la actividad empresarial, por lo que la gestión sostenible puede suponer un nexo de unión que establezca relaciones fuertes y duraderas a nivel empresarial. Como dato, cabe destacar que, en nuestro país, en el año 2020, “el 97% de las empresas del IBEX 35 ya manifestaba su compromiso con los ODS.” (Red Española del Pacto Mundial de Naciones Unidas, 2021)
- Posibilidad de contrataciones con la administración pública: el sector público también tiene en cuenta los principios y objetivos de sostenibilidad para adjudicar contratos o subvenciones. Por ejemplo, “la Ley 9/2017, de 8 de noviembre, de Contratos del Sector Público, incluye aspectos medioambientales o sociales como requisitos para conceder contratos en el sector público, como medidas de ahorro y eficiencia energética o la implantación de un plan de igualdad de género.” (Red Española del Pacto Mundial; Consejo General de Economistas de España;

CEPYME, 2019) Como se puede observar, los Objetivos de Desarrollo Sostenible pueden ayudar a las empresas no solo a establecer alianzas con otras, sino también con el sector público y obtener nuevas oportunidades de negocio en este aspecto.

- Mejora de la reputación e imagen de marca: cada vez son más los consumidores que dan gran valor a la gestión sostenible de las empresas y que estas tengan en cuenta a la sociedad y al medioambiente, aparte de preocuparse por los resultados financieros. Si los consumidores perciben esta preocupación por parte de la empresa, mejora la confianza y la relación empresa-cliente, pudiendo captar nuevos consumidores y retener a los habituales. Esto es un gran beneficio para cualquier empresa, que verá incrementadas sus ventas y su cuota de mercado. La contribución a los ODS también impactará de forma positiva en el interior de la empresa y no solo en el exterior, ya que los proveedores, trabajadores e inversores que forman una parte fundamental de la empresa internamente están cada día más concienciados y exigen que la empresa actúe para afrontar sus preocupaciones e inquietudes sociales y medioambientales.
- Anticiparse al establecimiento de leyes y normas: la sostenibilidad no es una moda pasajera, sin lugar a dudas ha llegado para quedarse como parte fundamental de la economía y los negocios. Es lógico pensar que en los próximos años se incremente el número de normas y principios que la regulen, por lo que anticiparse en la aplicación de estos objetivos y estrategias será una fuente de ventaja competitiva para las empresas, que podrán habituarse de una manera más rápida y sencilla a los cambios y avances en este ámbito.

3.4 RSC y ODS

Empresas comprometidas con la responsabilidad social son indiscutiblemente un motor para el desarrollo y el cuidado de la sociedad y el medioambiente. Sin embargo, son muchos los que piensan que existe una incompatibilidad entre los conceptos de RSC y ODS, mientras que otros confunden incluso estos términos. Esta confusión ha sido fuente de estudio y análisis para evitar el debate y conflicto que se genera al no tener una comprensión de los términos y de lo que estos implican. Por su parte, la comisión de

Responsabilidad Social Corporativa ha expresado su opinión declarando que “existe un perfecto alineamiento entre los objetivos de la RSC y los ODS en una estrecha interrelación que permite afirmar que el cumplimiento de los objetivos de la RSC conlleva el cumplimiento, directo o indirecto, de los ODS y viceversa.” (Lizcano, 2020)

Este pensamiento también podría interpretarse a través de la Agenda 2030 de Naciones Unidas o del informe SDG Compass que será objeto de estudio en el siguiente apartado de este capítulo. En estos se declara que el intento de solucionar las necesidades e inquietudes de los grupos de interés por parte de las empresas proporciona un entendimiento del alcance del impacto que puede llegar a tener una compañía en su contribución a los ODS. Cabe destacar en este aspecto, que el hecho de que no se incluya el término RSC puede llevar a la confusión de esta como herramienta para el cumplimiento de los ODS.

Como se afirma en todo momento en este trabajo, ambos términos se complementan y ayudan a formar un crecimiento y desarrollo sostenible, ya que es indiscutible que “los ODS se refieren a aspectos de carácter económico, social y medioambiental alineándose, por lo tanto, con la triple dimensión de la RSC y con sus sistemas de gestión, medición y reporte.” (Lizcano, 2020) Por lo tanto, se debe producir una alineación interna entre las políticas y prácticas de RSC con los ODS. Además, para valorar la efectividad de dichas políticas, se deben elaborar reportes e informes de la consecución y contribución a estos objetivos, pudiendo realizar cambios de las prácticas que resulten insuficientes o ineficaces y potenciar aquellas que impactan positivamente en estos objetivos.

Si las empresas actúan de forma socialmente responsable pueden ayudar a que se mejoren las condiciones económicas, sociales y medioambientales a nivel global, lo que a su vez produciría una mejora en la calidad de vida de las personas, terminando con la pobreza, las enfermedades o el hambre, facilitando el acceso a agua de calidad y energía no dañina para el medioambiente y la sociedad, mejorando el sistema educativo y el acceso a este o reduciendo las muertes de niños en todo el mundo, objetivos para contribuir a un mundo mejor, en definitiva, los ODS.

3.5 Incorporación de los ODS en los objetivos estratégicos empresariales

Los ODS suponen un avance para la sostenibilidad, ya que sus predecesores, los ODM, no expresaban esta llamada a las empresas de una forma tan clara y directa. Las empresas encuentran en estos objetivos la oportunidad de avanzar y modernizar su actividad empresarial, de forma que continúen manteniendo, o incluso mejorando, sus resultados financieros a la vez que, mediante procesos y tecnología, colaboren en la consecución de un mundo sostenible y un desarrollo sostenido. Anteriormente, se consideraba al sector público el actor fundamental en materia de desarrollo sostenible, limitando “la actividad de las empresas a los campos económico y productivo. Los ODS exigen un cambio de paradigma. El sector privado puede convertirse en financiador, canalizando capital hacia las economías en desarrollo, pero también en “implementador”, orientando su propia actividad hacia la sostenibilidad.” (Rueda, 2018) Las empresas deben servir de ejemplo y líderes para el resto de la sociedad, y los ODS son una gran vía para conseguir mejorar la vida de las personas, cuidar el medioambiente y alcanzar el progreso de nuestra sociedad global. Sin embargo, en numerosas ocasiones, las empresas no establecen un vínculo de unión entre la RSC y los ODS, no establecen medidores para cuantificar y comprobar su contribución a estos objetivos o establecen un plan de acción para la gestión responsable ineficiente e insuficiente.

Para ayudar a las empresas a integrar estos objetivos en el plan estratégico de la compañía, establecer medidores cuantificables y facilitar su contribución y cumplimiento, la *Global Reporting Initiative* (GRI), el Pacto Mundial de Naciones Unidas (PMNU) y el Consejo Empresarial Mundial para el Desarrollo Sostenible (WBCSD) redactaron en 2015 una guía, denominada *SDG Compass*. Esta guía pone de manifiesto la importancia de los ODS y dirige su atención a las compañías multinacionales, aunque también puede servir como apoyo para las pequeñas y medianas empresas. A través de cinco pasos, la guía muestra como “alinear sus estrategias y medir y gestionar su contribución a los ODS. Las empresas pueden aplicar estos cinco pasos para ajustar o alinear su rumbo, dependiendo de dónde se encuentren en el camino de garantizar que la sostenibilidad sea un resultado del negocio.” (PMNU, GRI, & WBCSD, 2015) A continuación, analizaré estos cinco pasos para conseguir integrar los ODS en la estrategia corporativa de una manera exitosa:

En primer lugar, la SDG propone entender qué son los ODS, qué supone cada uno de los 17 objetivos, los beneficios y oportunidades que ofrecen y las responsabilidades que implican, aparte de las mínimas ya existentes para todas las empresas. Si las empresas integran estos objetivos en su estrategia sin comprender las metas y actuaciones de cada uno, no conseguirán avanzar y contribuir a ellos. Por lo que el primer paso debe ser tomar consciencia de las políticas y acciones que se adecúan mejor y de lo que implica cada uno de ellos si se integra como objetivo empresarial

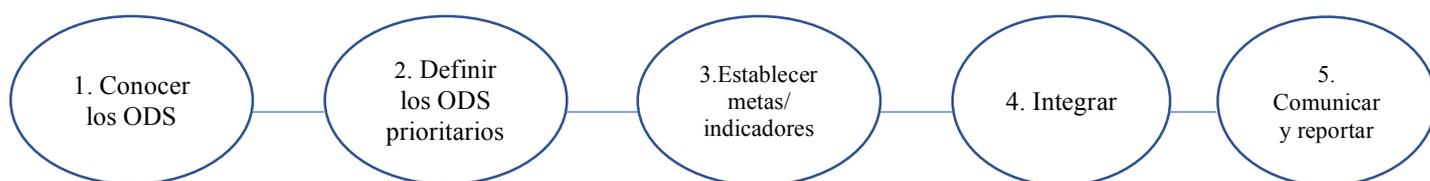
El segundo paso que recomienda este informe es establecer prioridades, ya que, aunque todos los ODS son de vital importancia para alcanzar el desarrollo, progreso y sostenibilidad deseados, algunos serán más apropiados o convenientes para unas empresas que para otras, dependiendo de su principal actividad de negocio y su campo de *expertise*. Así mismo, no todos los ODS proporcionarán los mismos beneficios, oportunidades y desafíos a todas las empresas. Cada una deberá enfocarse en aquellos que sean más compatibles con su compañía para poder contribuir a ellos de una manera efectiva.

Como tercer paso, encontramos establecer objetivos concretos tras haber decidido qué ODS tienen mayor vinculación con la empresa. Es decir, se deben concretar objetivos corporativos precisos en el tiempo que permiten ver si la empresa consigue sus metas en este aspecto. Además, deben ser cuantificables para medir el grado de avance en la consecución de los mismos. Esto es de gran relevancia para valorar la efectividad de las prácticas y políticas y poder realizar cambios en el desempeño o estrategia para el logro si es necesario.

En cuarto lugar, es muy importante que la sostenibilidad se introduzca en la compañía de manera integral, formando parte inseparable de la actividad empresarial y todas las áreas que forman la empresa. Como propone la SDG Compass, “integrar la sostenibilidad tiene el potencial de transformar todos los aspectos de la actividad principal de su empresa, incluyendo su oferta de productos y servicios, segmentos de clientes, gestión de la cadena de suministro o la elección y el uso de materias primas.” (PMNU, GRI, & WBCSD, 2015) Para conseguir esto, fomentan el establecimiento de alianzas con otras empresas, organizaciones o instituciones interesadas en este cambio transformador.

Por último, el último paso propuesto se centra en comunicar la contribución y el avance en materia de sostenibilidad por parte de las compañías. Se han establecido normas y regulaciones en este aspecto para que las empresas publiquen en sus memorias e informes el progreso. Esto tiene un doble valor, por una parte, informar a las partes interesadas y por otro incentivar y fomentar mediante esta información al resto de empresas a integrar la gestión sostenible.

Figura 5: Los 5 pasos para gestionar la contribución a los ODS



Fuente: elaboración propia basado en *SDG Compass* (2015)

CAPÍTULO III:

4. ANÁLISIS DE BANCO SANTANDER y BBVA

4.1 Caso Banco Santander

4.1.1 Misión, visión y valores

El Banco Santander se ha consolidado como un grupo líder tanto a nivel nacional como internacional. Líder indiscutible en el mundo de la banca y finanzas, es “referente de buena gestión y solvencia del sector y es el principal grupo financiero en España, y también en América Latina. Asimismo, ha conseguido posiciones muy relevantes en el Reino Unido, Alemania, Portugal, Polonia y el nordeste de Estados Unidos.” (Banco Santander, 2019) Como muestra este dato, se posiciona como una institución idónea para contribuir y dar ejemplo en el ámbito de la gestión responsable y sostenible con las

personas y el medioambiente. Además, como indican desde su web corporativa “atiende hoy a más de 100 millones de clientes en una red global de 14.400 oficinas” (Banco Santander, 2019), por lo que el alcance de su impacto resulta indiscutible.

Después de estos datos que ponen de relevancia la importancia del banco en el panorama empresarial, se debe analizar su misión, visión y valores, elementos que dirigen las actuaciones del banco para comprobar si se alinean con el papel de empresa socialmente responsable.

- Misión: tal y como afirman en su página web (2021) es “contribuir al progreso de las personas y de las empresas.” Con esta misión, el Santander pretende que todas las personas y empresas con las que se relaciona crezcan y se desarrollen, tanto sus clientes, como sus trabajadores y socios estratégicos. Esta contribución al progreso encaja perfectamente con el marco de empresa socialmente responsable. De hecho, el banco fue considerado en 2019 como el banco más sostenible del mundo, alcanzando una puntuación de 86 sobre 100 puntos en el ranking referente a nivel internacional Dow Jones Sustainability Index (DJSI). Anteriormente había ocupado el tercer puesto en 2018, después de ocupar la undécima posición en el año 2015. Este índice reconoce el progreso y evolución del banco en cuanto a su impacto en los aspectos económico, social y medioambiental. El Santander es reconocido como un banco preocupado por la sociedad, ya que invierte de manera activa en proyectos de educación a nivel internacional y de apoyo a emprendedores. Así mismo, se implica con el cuidado del medioambiente, financiando proyectos sostenibles. (Banco Santander, 2019)
- Visión: como explican en la web corporativa (2021) es “ser la mejor plataforma abierta de servicios financieros, actuando de forma responsable y ganándonos la confianza y fidelidad de nuestros empleados, clientes, accionistas y de la sociedad.” Con el enunciado de esta visión a nivel corporativo, el Santander expresa que el mero propósito empresarial de obtener resultados financieros positivos ha quedado atrás. En la actualidad, es esencial que las empresas apuesten por impactar de forma positiva en las personas que se ven afectadas de una manera u otra por el desarrollo de la actividad. El Santander busca ganarse la lealtad y el apoyo de los distintos grupos de interés actuando de una manera

apropiada y que vaya en línea con la sostenibilidad y responsabilidad, ya que solo así se ganan la aprobación y cercanía de los stakeholders y satisfacen sus necesidades y expectativas.

- Valores: ser “Sencillos, Personales y Justos.” La cultura corporativa, denominada Santander Way desde la entidad, va en línea con la estrategia que buscan seguir desde el banco. Las consecuciones de ambas no serían posibles sin los valores del banco, es decir su manera de trabajar. En cuanto al valor de la sencillez, el Santander busca que el servicio que ofrece la entidad sea alcanzable y accesible para todo el mundo. No busca complicaciones que excluyan a nadie por el lenguaje, procesos o productos utilizados. El valor personal es visto como algo imprescindible para el banco, ya que el desarrollo de su actividad implica a numerosas personas que necesitan ser tratados de forma única para poder ofrecerles exactamente lo que necesitan y de esta manera satisfacer sus necesidades por completo. Con este valor se pretende que cada trabajador o cliente se sienta único y valorado. Por último, el valor referido a la justicia, hace hincapié en la necesidad de aplicar la equidad, justicia y confianza en el día a día del banco para mantener una buena relación con los grupos de interés relacionados con el banco (Banco Santander, 2021)

El Santander confía en una estrategia claramente orientada a la gestión responsable, ya que consideran que, si sus clientes confían en ellos y sus valores, se convertirán en clientes leales y de permanencia en el tiempo, lo que a su vez provoca que los resultados financieros mejoren y se sostengan en el tiempo, creando la posibilidad de que el banco ayude, colabore y contribuya a la sociedad. Gracias a este planteamiento, el banco puede continuar su desarrollo y crecimiento de una forma sostenible, que provoque el mismo efecto en las sociedades en las que opera.

4.1.2 Grupos de interés

Las empresas deben hacer frente a las necesidades y exigencias de los grupos de interés o stakeholders, ya que son fundamentales para el buen funcionamiento y desempeño de la compañía. Hoy en día, “las presiones externas de los clientes, accionistas, organismos

reguladores y gubernamentales, así como las exigencias internas de los empleados, han provocado que la RSC no sea una opción” (Duque Orozco, Martínez Barón, & Botón Gómez, 2012), ya que estos cada vez son más exigentes con los daños o perjuicios que pueden causar las empresas y reclaman sostenibilidad y responsabilidad en sus acciones. Como se ha indicado anteriormente, el Santander es un banco responsable con las sociedades en las que opera y preocupado por los afectados en el desempeño de su actividad económica, y, como se señala desde el mismo, no faltan en su agenda asuntos como la satisfacción del cliente, transparencia en la comercialización de productos y servicios, inversión en la comunidad o productos y servicios con componente social y ambiental. (Banco Santander, 2017)

A continuación, se incluyen algunas de las iniciativas del banco para reforzar la confianza y gestionar la relación con sus principales grupos de interés o stakeholders: (Banco Santander, 2017)

En cuanto a sus trabajadores, el Santander se compromete a atraer y retener a los profesionales mejor cualificados y capacitados para brindar el servicio que necesitan sus clientes de la mejor manera posible. Para conseguir retener a los mejores profesionales, el banco impulsa programas de movilidad con la posibilidad de trabajar en otros países. De esta manera, sus trabajadores se vuelven más competentes e internacionales, a la vez que se mantienen motivados ante este tipo de posibilidades tan ambiciosas. Además, para formar a los mejores de su sector, invierte de manera activa en programas de formación. Así mismo, el Santander lleva a cabo iniciativas que promueven la cultura corporativa y el bienestar de sus empleados, con comportamientos corporativos presentes en el día a día o la promoción del flexiworking, una innovadora forma de trabajar que pretende ayudar a sus empleados a conciliar la vida laboral con la personal, mediante la posibilidad de teletrabajar o jornadas con horarios flexibles, lo que se espera que aumente la productividad, eficiencia y motivación. Cabe destacar que la entidad se ha posicionado también como una de las 25 mejores empresas para trabajar a nivel mundial, según el ranking que elabora anualmente Great Place to Work. (Europa Press, 2019)

El Banco Santander pretende ser un líder en el sector, y por ello quiere dar el mejor servicio a sus clientes mediante la creación de relaciones a largo plazo basadas en la

confianza por parte de estos. Como se indica en el punto anterior, el Santander busca que sus empleados proporcionen el mejor servicio a sus clientes, y para ello dispone de distintos indicadores que miden su satisfacción. Desde el banco (2019) señalan que mantienen un porcentaje de satisfacción de clientes de casi un 90% y que se encuentran en el top 3 de satisfacción de clientes en ocho países. Para dar respuesta a las necesidades de sus clientes, tiene como valor inherente a la organización la sencillez, por lo que se esfuerza en ser un banco accesible a la vez que innovador y digital, no dejando a ningún cliente atrás. En último lugar, evolucionando como lo hacen las necesidades de sus clientes, ofrece a los mismos productos y servicios que den respuesta a sus preocupaciones sociales y medioambientales, como, por ejemplo, financiación de vehículos eléctricos y de bajas emisiones, fondos de inversión responsables o servicios que apoyan al desarrollo de la agricultura y ganadería sostenible.

Muy importantes son también las demandas acerca de responsabilidad y sostenibilidad, cada vez más exigentes, de sus accionistas e inversores. Sin embargo, el Banco Santander se ha posicionado en 2019 como el banco más sostenible del mundo, según el Dow Jones Sustainability Index, comentado anteriormente y está presente en el FTSE4Good, índice de sostenibilidad que “sirve como herramienta para inversores que buscan invertir en compañías que son capaces de demostrar sus prácticas sostenibles o que desean contribuir a un cambio positivo.” (Banco Santander, 2020)

En relación con sus proveedores, desde el banco señalan que se comprometen a establecer relaciones basadas en la moralidad y la confianza, manteniendo la calidad y la eficiencia en los procesos. El banco apuesta por la transparencia, así como por las actuaciones responsables de sus proveedores, reconociendo públicamente a aquellos que contribuyen a los Objetivos de Desarrollo Sostenible con los que la entidad esta comprometida. Para asegurar la transparencia y calidad, disponen de un canal de denuncias para proveedores “a través del cual los proveedores que presten servicios a Banco Santander, S.A. o cualquiera de nuestras filiales pueden informar de las conductas inapropiadas por parte de los empleados del Grupo.” (Banco Santander, 2021)

La presencia en estos índices y en el resto de rankings que se mencionan en este trabajo son prueba indiscutible del compromiso del banco con sus grupos de interés, visibilizando y contribuyendo a la mejora de algunos de los problemas presentes en nuestra sociedad.

4.1.3 Políticas de RSC en Banco Santander

El banco Santander es un banco comprometido con las sociedades en las que opera y con el medioambiente, ya que reconoce que ambos pueden ser dañados o perjudicados como consecuencia del desempeño de su actividad empresarial. La propia presidenta, Ana Botín, ha señalado en alguna ocasión que las políticas arcaicas de generar el máximo beneficio posible únicamente para el accionista han quedado atrás y el Santander apuesta por dar respuesta a las necesidades de todos los stakeholders relacionados con el banco. El Banco Santander es un claro ejemplo de que las empresas españolas del sector bancarios son responsables y se preocupan por contribuir positivamente al desarrollo sostenible.

El banco elabora recurrentemente informes de sostenibilidad en los que muestra las iniciativas que llevan a cabo tras haber identificado los principales problemas a los que se enfrentan las sociedades con las que interactúa, el impacto que sus políticas socialmente responsables generan en términos medioambientales, sociales y económicos y la contribución a los ODS que veremos en el siguiente apartado.

En cuanto a las políticas de Responsabilidad Social Corporativa, tal y como se muestra en el Informe Anual 2020, el banco construyó una “matriz de aspectos relevantes” identificando aquellos asuntos importantes en los que el banco debe actuar y generar impacto en materia de sostenibilidad. Reconocen que deben “ser responsables de cómo hacen su actividad y de cómo cumplen su misión de contribuir al progreso de las personas y las empresas.” (Banco Santander , 2020) Para ello centran sus políticas e iniciativas de RSC en cuatro grandes desafíos globales:

- Ética y conducta: el rol de las empresas suscita un importante debate en la sociedad actual, y en este sentido, el banco se compromete a llevar a cabo sus actuaciones de manera responsable, ya que, de esta manera, se considera que “se crea valor a largo plazo para toda la sociedad.” (Banco Santander , 2020) Además, afirman que la ética debe ser la base de la conducta y ser parte inherente de la cultura corporativa. Un negocio como este no se concibe sin la confianza de los clientes, por lo que el banco intenta proporcionar la mayor información

posible acerca de la forma de llevar a cabo sus operaciones. En el banco se cree que “un negocio responsable protege a sus clientes y es transparente en su funcionamiento y en su relación con sus grupos de interés” (Banco Santander , 2020), por lo que intentan que la transparencia sea un pilar fundamental en su día a día. Otra de las políticas del banco para dar respuesta a este complejo desafío es intentar captar al mejor talento. Con el mejor talento el Santander no solo se refiere a los candidatos mejor preparados o cualificados, sino a aquellos que sean capaz de comprometerse con la misión, visión y valores de la entidad, que se preocupen por el desarrollo y crecimiento de la sociedad y que se sientan identificados con la necesidad de realizar su trabajo de una forma socialmente responsable.

- Revolución digital: no cabe duda de que en los últimos años la digitalización ha supuesto una gran revolución, la cual plantea riesgos y nuevos desafíos para las organizaciones. En el marco de tan novedoso y actual concepto, se debe seguir manteniendo una actuación responsable, ya que la tecnología resulta un arma de doble filo dependiendo de la persona u organización que haga uso de ella. El Santander pretende hacer uso de esta herramienta tan poderosa, pero siempre de una manera responsable con la sociedad. Para ello, invierte de manera activa en equipos tecnológicos y en formación digital para sus empleados. También, permite que los clientes avancen en este sentido mediante el ofrecimiento de nuevos productos o canales y un servicio personal de calidad. Por último, se debe recordar que los clientes demandan seguridad con el almacenamiento de sus datos y un uso ético de los mismos, por lo que la ciberseguridad debe formar parte del día a día de la entidad.
- Crecimiento inclusivo: las desigualdades siguen siendo un problema que afecta a la población a nivel mundial. Es cierto que en los últimos años se ha reducido el número de personas que viven en condiciones de pobreza, pero todavía queda mucho por hacer para que más personas avancen y experimenten un desarrollo a nivel social o económico. Como soluciones a este reto, el Santander propone crear puestos de trabajo de calidad, ya que esto ayuda a mejorar las condiciones de los más pobres y desfavorecidos. Otro compromiso del banco es la inclusión financiera, “clave para reducir la pobreza e impulsar el crecimiento en

comunidades de bajos ingresos y de difícil acceso, ya que 2.000 millones de personas en el mundo no tienen acceso a servicios bancarios.” (Banco Santander , 2020) Incluirlas sería una solución para el crecimiento de estas personas puesto que muchas de las desigualdades o dificultades que sufren se verían resueltas.

- Crecimiento sostenible: este tipo de crecimiento es de vital importancia, ya que “satisface las necesidades del presente sin comprometer la capacidad de las generaciones futuras de atender las suyas, garantizando el equilibrio entre el crecimiento económico, el bienestar social y el medioambiente.” (Banco Santander , 2020) La protección del medioambiente y de la sociedad son dos de los principales problemas existentes en el mundo hoy en día y la acción conjunta de las grandes empresas, como actores de gran poder en la sociedad, puede ayudar a aliviar estos problemas. El Banco Santander lleva a cabo diversas iniciativas para el cumplimiento de esta política de contribución al crecimiento sostenible, como por ejemplo la financiación de energías renovables, la concesión de préstamos a pymes o de crédito a hogares y la ayuda para la educación superior a través de Santander Universidades.

4.1.4 Integración e implementación de los ODS

Como se ha ido viendo con el desarrollo de este capítulo, el Banco Santander es un banco comprometido con el crecimiento de la sociedad y la protección del medioambiente. Para llevar a cabo este compromiso intenta contribuir activamente a los Objetivos de Desarrollo Sostenible, integrándolos dentro de su estrategia corporativa y dándoles una gran importancia. Para el banco, todas las entidades financieras deben apoyar estos objetivos, por el gran poder que presentan y el enorme alcance que tienen.

Para la adopción de los ODS, la entidad presenta en distintos informes su plan de acción en sostenibilidad, que, si se observa detenidamente, coincide casi a la perfección con el SDG Compass explicado anteriormente en este trabajo. Como ellos afirman, siguen una “hoja de ruta” basada en cinco pilares: “identificar los asuntos relevantes; establecer políticas, procesos y controles; asignar responsabilidades; definir objetivos, planes y KPIs; y comunicar de forma transparente.” (Banco Santander, 2017)

Tras establecer esta organización para controlar las acciones de responsabilidad, el Santander puede revisar sus políticas y procesos, medir su avance y contribución, realizar cambios pertinentes y comunicar de una forma transparente la información debida a sus grupos de interés.

¿Pero, cuales son realmente los ODS que el banco ha integrado para su contribución? Para este análisis se han empleado principalmente dos informes, el de Banca responsable de 2018 y el de 2019 del Banco Santander.

A continuación, se procede a explicar los “principales ODS en los que la actividad e inversión a la comunidad del Banco Santander tienen un mayor impacto” (Banco Santander , 2019) :

Objetivo 1: Fin de la pobreza

Aunque la situación de pobreza mundial ha experimentado una mejora con el paso de los años, todavía son muchas las personas que viven en la pobreza extrema. Desde el año pasado, debido a la pandemia, se ha incrementado el número de personas con dificultades económicas y en situación de exclusión social. Las empresas pueden contribuir a mejorar la situación de vulnerabilidad en la que se encuentran muchas personas facilitándoles el acceso a bienes básicos, tecnología o servicios financieros.

Para contribuir a este objetivo, el Banco Santander pretende ayudar a proteger los derechos básicos de las personas y mejorar la situación de vulnerabilidad en la que muchas se encuentran. Una de las principales iniciativas para conseguirlo ha sido el “programa de microfinanzas de Prospera en Brasil, elegido como ejemplo de buena práctica por la red Brasileña del Pacto Mundial para alcanzar los ODS en 2030.” (Banco Santander , 2019) El propósito de este programa es la contribución al empoderamiento financiero tan necesario para la independencia y la inclusión de las personas en la sociedad, estableciendo el objetivo de empoderar a 10 millones de personas entre 2019 y 2025. Otra de las principales actuaciones del Santander para la consecución del Objetivo 1 son sus programas de inversión social, mediante los que se proponen ayudar a 4 millones de personas entre los años 2019 y 2025. (Banco Santander , 2019)

Objetivo 4: Educación de calidad:

La importancia de este objetivo es indudable. Se necesita proporcionar una educación completa, accesible y de calidad a todas las personas para que sigan contribuyendo al desarrollo y sostenibilidad teniendo de base unos sólidos valores, ética y responsabilidad. Así mismo, la educación sirve de vía de escape de situaciones de pobreza y exclusión social disminuyendo las desigualdades entre personas con acceso a la educación y personas sin acceso a esta. Este objetivo encuentra obstáculos en dos vertientes, ya que, en primer lugar, las condiciones de pobreza limitan el acceso a la educación, y, en segundo lugar, continúa habiendo una gran diferencia entre hombres y mujeres, siendo estas últimas las que encuentran más dificultades a la hora de continuar estudiando o formándose.

Para contribuir a este objetivo el banco orienta sus políticas hacia la garantía de la igualdad en el acceso a la educación eliminando las barreras de género, discapacidad o vulnerabilidad que puedan dificultar disfrutar de la educación. Además, ayuda a la formación de las personas proporcionando las competencias necesarias para emprender, encontrar un trabajo digno o entrar al mercado laboral. Este objetivo tiene una gran presencia en el banco, ya que tienen numerosos acuerdos con universidades, escuelas e instituciones; apoyan la educación superior invirtiendo en iniciativas de emprendimiento, empleo y educación; ayudan a los menores mediante la creación de iniciativas para respaldar la educación infantil y proporciona numerosas becas y ayudas al estudio, siendo “la empresa privada que más apoya la Educación Superior en el mundo.” (Banco Santander , 2019)

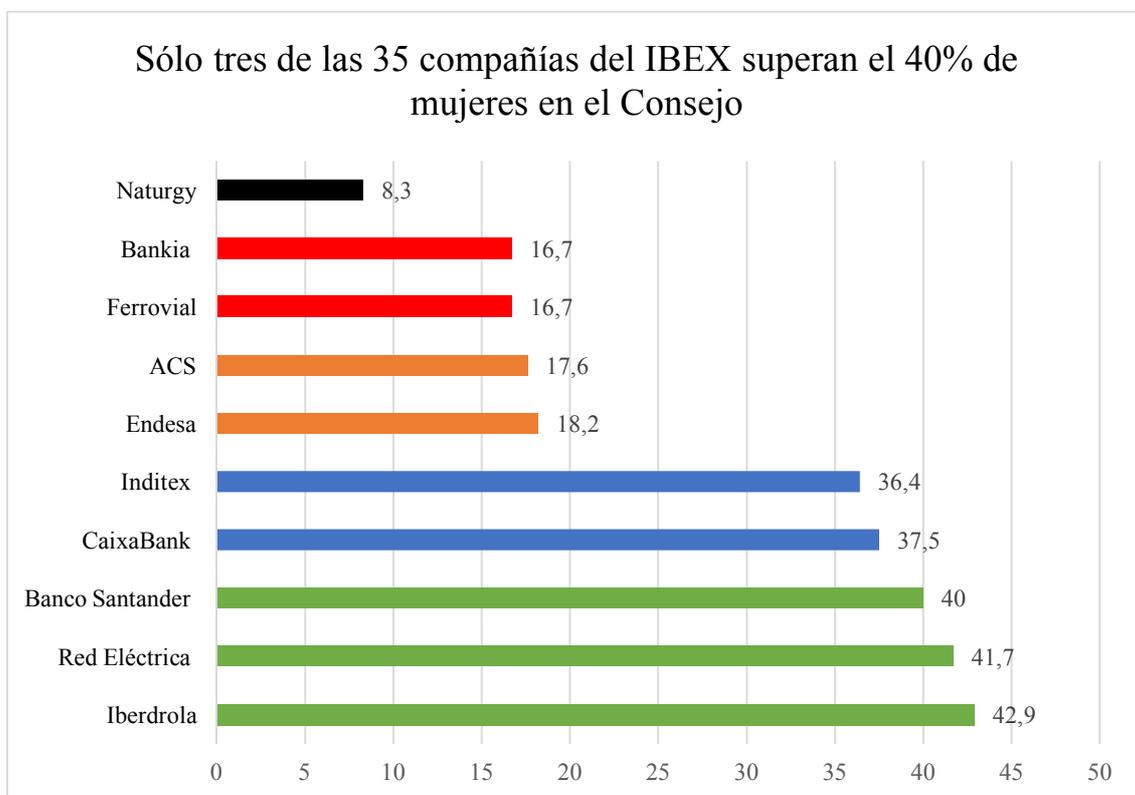
Objetivo 5: Igualdad de género:

La igualdad de género es otro de los principales problemas que afectan al mundo en el que vivimos hoy en día. Tal y como expresan las Naciones Unidas, “las mujeres y las niñas constituyen la mitad de la población mundial y por consiguiente la mitad de su potencial. Además, está demostrado que el empoderamiento de las mujeres estimula la productividad y el crecimiento económico.” (Naciones Unidas, 2021) El progreso y desarrollo de las mujeres impactará positivamente en el resto de ODS, ya que estas tienen un papel de gran importancia en la sociedad a todos los niveles: político, social y económico. Por todas estas razones, se debe eliminar toda forma de discriminación y violencia hacia la mujer y se debe facilitar el camino hacia la educación, empleo, recursos

básicos y puestos directivos en el ámbito laboral, igualando los salarios para que no existan diferencias de este tipo entre hombres y mujeres.

El Santander muestra su compromiso con este objetivo mediante distintas actuaciones, entre ellas: el establecimiento de principios relacionados con la diversidad e inclusión a nivel corporativo, el aumento de mujeres que trabajan en el banco, que ocupan puestos directivos y que forman parte del Consejo de Administración, siendo una de las empresas del IBEX que más cumple este aspecto (Figura 6). También se esfuerza por conseguir erradicar la brecha salarial entre hombres y mujeres para 2025, el apoyo a las mujeres emprendedoras a través de los programas de microfinanzas y la firma de los Principios para el Empoderamiento de las Mujeres de Naciones Unidas. Actualmente, el banco presenta “una equidad salarial de género del 2%, y su objetivo es reducirla a prácticamente 0 para 2025.” (Banco Santander , 2019)

Figura 6: Empresas con mayor y menor porcentaje de mujeres en su Consejo de Administración

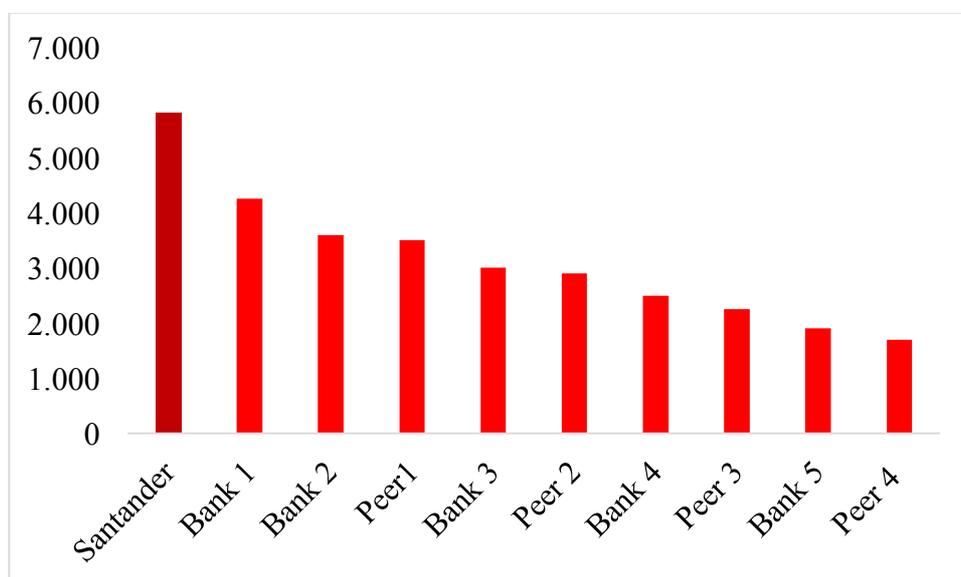


Fuente: Elaboración propia basado en Observatorio de Responsabilidad Social Corporativa (2021)

Objetivo 7: Energía asequible y no contaminante:

La utilización de recursos en las grandes empresas suscita un gran debate en cuanto al uso que se hace de los mismos, ya que estos se emplean inadecuadamente y de una forma poco eficiente, lo cual supone un gran derroche que es necesario evitar para crecer sosteniblemente y proteger el medio ambiente. El daño al medioambiente intenta ser evitado mediante la utilización de energías renovables y no contaminantes. Por ello, el banco se une a este objetivo comprometiéndose a incrementar el uso de energías renovables y financiando proyectos que permitan avanzar en este ámbito. Tal y como se expone en el gráfico siguiente, en el año 2019 el banco se posicionó como líder mundial en financiación de energías renovables, respecto a otros bancos similares en tamaño, tanto en el número de proyectos financiados como en la cantidad monetaria financiada.

Figura 7: Ranking de financiación de energía renovable en millones de euros



Fuente: Elaboración propia basado en Informe Anual Banco Santander (2019)

Objetivo 8: Trabajo decente y crecimiento económico:

Este objetivo puede llevar a su vez a la consecución de otros como reducción de las desigualdades o fin de la pobreza, por lo que su importancia es máxima. La independencia y desarrollo de la sociedad se sustenta en puestos de trabajo de calidad y decentes, el emprendimiento, la innovación, las nuevas tecnologías y el apoyo a las pymes. Aparte de crear puestos de trabajo de calidad, la sociedad se enfrenta al gran problema que supone el desempleo, y más en la época actual que vivimos marcada por las circunstancias derivadas de la COVID-19. Para contribuir a este objetivo se debe poner énfasis en grupos afectados por este tipo de circunstancias como son las mujeres, los jóvenes, los discapacitados o los migrantes y proporcionar salarios dignos e iguales, algo que no siempre ocurre en casos en los que se desarrolla el mismo tipo de trabajo por personas de diferente sexo o condición. El logro del pleno empleo y la creación de puestos de trabajo decentes van ligados a la necesidad de fomentar climas laborales favorables, en los que el trabajador se sienta protegido, seguro y respetado.

Para demostrar su contribución a este objetivo, el Banco Santander nos muestra algunos datos, como sus 196.000 empleados, de los cuales un 98% tienen un contrato fijo; 124.599 millones de euros de crédito concedidos a pymes y microempresarios en 2019, su programa Santander X, el mayor del mundo para emprendimiento universitario; la certificación Top Employers Europe 2019 y el reconocimiento como una de las 25 mejores empresas para trabajar del mundo por *Great Place to Work*. (Banco Santander , 2019)

Objetivo 10: Reducción de las desigualdades:

Otra de las mayores preocupaciones mundiales son las desigualdades existentes en cuanto a “edad, sexo, discapacidad, raza, etnia, origen, religión o situación económica.” (Banco Santander , 2019) Se debe ayudar a que la inclusión sea una realidad en todos los ámbitos, ya sea económica, social o política.

Como se ha expuesto en algunos de los objetivos anteriores, el banco lleva a cabo diversas iniciativas y actuaciones para conseguir el desarrollo y crecimiento de las personas, ayudar a la inclusión de los más desfavorecidos y dar oportunidades a estudiantes que no disponen de medios o que presentan algún tipo de discapacidad.

Objetivo 11: Ciudades y comunidades sostenibles:

La sostenibilidad debe ser el pilar de las ciudades, ya que en ellas vive una gran parte de la población. Solo si estas son seguras, sostenibles e inclusivas se conseguirá que sus ciudadanos se desarrollen, crezcan, encuentren un empleo digno y se reduzcan las desigualdades. Este objetivo tiene la intención de conseguir que las personas puedan tener un hogar y los bienes básicos. También pretende preservar el patrimonio asociado a cada lugar del mundo.

El Banco Santander ha reaccionado a este objetivo otorgando préstamos a las familias más necesitadas para que puedan disponer de una vivienda, ha instalado oficinas y cajeros en zonas aisladas o con pocos habitantes y ha llevado a cabo actuaciones a favor de la cultura y el arte. También, ha establecido “acuerdos con entidades multilaterales como el BEI y la CAF para impulsar la financiación a PYMEs, ha desarrollado soluciones digitales globales que impulsan la conectividad e invierte continuamente en fintechs que impulsan la tecnología financiera y facilitan el acceso y el uso de los servicios financieros.” (Banco Santander, 2018)

Objetivo 12: Producción y consumo responsables:

Se debe aplicar la responsabilidad en la producción y el consumo derivados del desarrollo de la actividad empresarial. Las multinacionales deben predicar con el ejemplo, ya que ellas son las principales consumidoras de recursos de forma masiva y deben involucrar en este aspecto a sus clientes y proveedores.

Las principales acciones que ha desarrollado el banco para conseguir una producción y consumo responsables son la realización de un “análisis de riesgos sociales y medioambientales: con 46 proyectos financiados bajo los Principios del Ecuador y compras responsables, ya que un 93,2% de los proveedores del grupo son locales.” (Banco Santander , 2019) El banco afirma que también ha “reducido un 25.9% su consumo de papel y un 13.5% su consumo eléctrico en el período de 2016 a 2018 y que un 53% de la electricidad consumida en 2018 provenía de fuentes de energía renovables.” (Banco Santander, 2018) Por lo que, como se puede observar, los esfuerzos e intentos del banco de contribuir a este objetivo son notables.

Objetivo 13: Acción por el clima:

Proteger el medioambiente y luchar contra el cambio climático son los principales propósitos de este objetivo, para lo cual se debe fomentar el uso de energías renovables, reducir las emisiones de carbono y promover la eficiencia en el uso de recursos. En los últimos años la preocupación en cuanto a la destrucción y daño del medioambiente que provocan los humanos con sus actividades ha aumentado considerablemente y cada vez son más las empresas que se comprometen a apartar estas actuaciones dañinas y fomentar una transición ecológica que sea respetuosa con el entorno.

Como afirma el Santander en su Informe Anual de 2019, el banco lleva a cabo un gran esfuerzo para contribuir a este objetivo, siendo “en 2019 los líderes mundiales en la financiación de energías renovables. Además, también financian vehículos de bajas emisiones, de CO₂, eléctricos e híbridos y han llevado a cabo la primera emisión de un bono verde de 1.000 millones de euros.” (Banco Santander , 2019)

Objetivo 17: Alianzas para lograr los objetivos:

Los países desarrollados deben fomentar las alianzas entre aquellos países interesados en lograr los ODS. Pero no solo los países y gobiernos deben promover estas relaciones, sino también otras partes implicadas como universidades, instituciones, organizaciones o empresas para compartir sus recursos, sus tecnologías o sus avances. De esta forma el proceso de consecución de los ODS será más efectivo.

El banco por su parte es partícipe de aquellas actividades o grupos, tanto a nivel nacional como internacional, que promueven estos objetivos, compartiendo sus experiencias, agenda y propósitos, además de ser firmante de los Principios de Banca Responsable.

Para concluir este apartado, se expone a continuación un cuadro resumen, extraído del Informe Anual de 2019, de los compromisos del banco relacionados con los ODS, con la situación de los distintos compromisos a lo largo de estos años, el objetivo acumulado (en negrita) y el propósito final a conseguir en 2025.

Figura 8: Compromisos del Banco Santander en materia de ODS

	2018	2019	2020	2021	2025
Top 10 mejores empresas para trabajar	4	5		6	
Mujeres en el consejo	33%	40%		40%-60%	
Mujeres en cargos directivos (%)	20%	23%			30%
Equidad salarial de género	3%	2%			0%
Personas empoderadas financieramente (euros)		2.0 mill.			10 mill.
Financiación verde (euros)		19 mil mill.			120 mil mill.
Electricidad consumida de fuentes renovables (euros)	43%	50%		60%	100%
Ser neutros en carbono				0%	
Reducción de uso de plástico innecesario de un solo uso en nuestras oficinas y edificios		75%		100%	
Becas, prácticas y programas de emprendimiento		69 mil		200 mil	
Personas ayudadas a través de nuestros programas de inversión a la comunidad		1,6 mill.		4 mill.	

Fuente: Elaboración propia basado en Informe Anual Banco Santander (2019)

4.2 Caso BBVA

4.2.1 Misión, visión y valores

El BBVA es otro de los indiscutibles líderes del sector bancario, y, como tal, evoluciona acorde a las necesidades y expectativas de las sociedades en las que opera. Al estudiar los informes y documentos elaborados por el propio banco en materia de responsabilidad social y sostenibilidad, se observa que también lleva a cabo esfuerzos e iniciativas que contribuyen de manera positiva en las sociedades y entornos en los que desarrolla su actividad, al igual que su principal competidor, el Banco Santander.

Como ellos mismos indican, el banco está “presente en más de 32 países, con más de 50 millones de clientes y más de 110.000 empleados. Además, BBVA es líder en España, Portugal, México, Latinoamérica” (BBVA Provincial S.A. , 2021) y opera en multitud de países.

A continuación, se explican la misión, visión y valores del BBVA para evaluar si la entidad integra en sus principios la responsabilidad y sostenibilidad.

- Misión: En este sentido, el banco tiene una misión muy clara: “poner al alcance de todos las oportunidades de esta nueva era. Este propósito refleja el papel

facilitador del banco para ofrecer a sus clientes las mejores soluciones bancarias, ayudarles a tomar las mejores decisiones financieras e impactar positivamente en su vida.” (BBVA, 2017) Como detalla el banco, su objetivo como entidad es involucrarse de manera directa con las personas que lo rodean, y en especial con sus clientes, mostrando su preocupación por mejorar y facilitar la vida de los mismos. Esta preocupación y las acciones que se llevan a cabo al respecto han sido reconocidas y premiadas internacionalmente. Entre otros, cabe destacar su aparición en el ranking 2021 de las empresas “más admiradas del mundo” de la revista Fortune, siendo el único banco español con presencia en dicho ranking y la primera posición entre los bancos europeos obtenida en el Dow Jones Sustainability Index (DJSI), alzándose como el banco más sostenible de Europa y tercero del mundo. (BBVA, 2021)

- Visión: la visión del banco encaja perfectamente con el modelo de empresa socialmente responsable, ya que, como se enuncia desde la web corporativa “en BBVA trabajamos por un futuro mejor para las personas.” (BBVA, Visión y misión , 2013) En el BBVA entienden que la razón de su existencia se debe a las personas y a las comunidades en las que opera, ya que sin sus clientes o trabajadores no sería posible desarrollar su actividad empresarial. Es por esto que, como se puede comprobar también en la misión y valores, el foco principal se sitúa en sus clientes intentando no solo ofrecerles soluciones a sus necesidades y problemas, sino también mejorando su calidad de vida de una forma innovadora y responsable. En el BBVA también se esfuerzan por cuidar a sus trabajadores, permitiendo que se desarrollen personal y profesionalmente dentro de la organización aportándoles unas condiciones de trabajo dignas y óptimas.
- Valores: el BBVA tiene tres valores fundamentales alrededor de los cuales orienta sus acciones como banco. Estos valores fueron identificados a través de un proceso en el que se preguntó a los trabajadores de todos los países que forman parte del grupo. Sus valores corporativos son: “el cliente es lo primero, pensamos en grande y somos un solo equipo”. Respecto al primero, el banco afirma que el cliente es el eje central de la entidad y que no solo importa el cliente en cuanto a los aspectos financieros. Esto implica trabajar empáticamente para poder comprender exactamente cuáles son las necesidades y expectativas del cliente,

trabajar de manera íntegra adecuando sus acciones a las normas y leyes vigentes, pero también a la moralidad y la ética y, en último lugar, ser eficiente y ágil en el proceso de resolución de necesidades del cliente, siendo capaces de superar las dificultades que puedan surgir. En cuanto al segundo valor, “pensamos en grande”, el BBVA demuestra su ambición por llevar a cabo el mejor servicio posible, con una excelencia operativa impecable e impactando directamente de forma positiva en la vida de las personas. Además, los problemas y soluciones se desarrollan siempre desde la innovación, para ofrecer las mejores respuestas posibles que impacten de forma positiva. Por último, el valor “somos un solo equipo” hace referencia a la importancia que da el banco a las personas, haciendo que los empleados estén motivados y tengan un sentimiento de pertenencia al BBVA. Así mismo, se pretende fomentar la confianza y el compromiso entre todas las personas que forman parte de la entidad. (BBVA, 2021)

4.2.2 Grupos de interés

Como ya se ha comentado anteriormente en este trabajo, la identificación de los stakeholders es esencial para poder responder a sus expectativas y necesidades, las cuales presentan cada vez más exigencia y se relacionan con aspectos como la sostenibilidad o la responsabilidad. En este sentido, el BBVA responde a las demandas de sostenibilidad de sus stakeholders de una manera efectiva y exitosa. Prueba de ello son los numerosos reconocimientos y premios que se le otorgan, entre los que destaca el reciente de Global Finance “como mejor banco de inversión del mundo en financiación sostenible, en la última edición de sus premios ‘Best Investment Bank Awards 2021.’” (BBVA, 2021)

Al igual que uno de sus principales competidores, el Banco Santander, el BBVA también da respuesta a sus grupos de interés y desarrolla estrategias e iniciativas para la creación de valor situando en el centro a las personas relacionadas con su actividad, las cuales se enuncian a continuación.

En primer lugar, los clientes forman el eje central del banco. El banco se esfuerza por crear una relación fuerte y a largo plazo con los mismos. Esta relación se basa en principios como la seriedad, el compromiso y la transparencia. Para construir esa relación de manera efectiva “el Banco se ha dotado de diferente normativa interna como el Reglamento para la defensa del cliente o el Código de Conducta aplicable con carácter

general a todos los empleados. Adicionalmente ha definido estándares de transparencia, claridad y responsabilidad para guiar en los procesos” (BBVA, 2020) que se realizan en el día a día con motivo de su actividad principal.

En cuanto a los empleados, el banco promueve y protege sus derechos, apoya la diversidad y se compromete a proporcionar igualdad de oportunidades dentro de la organización, rechazando cualquier tipo de discriminación. Además, impulsa su desarrollo asegurándose de que poseen las habilidades necesarias y ayudando a su obtención si no las poseen, presenta flexibilidad para que los empleados puedan conciliar la vida familiar con el trabajo y refuerza una cultura corporativa de contribución a la sociedad y al medioambiente creando, por ejemplo, iniciativas de voluntariado, algunas de las cuales estuvieron enfocadas en paliar las consecuencias de la pandemia que azota actualmente a todos los países. Todos estos propósitos se materializan en “distinta normativa interna en el marco del Área de Talent & Culture, así como el propio Código de Conducta de BBVA, en el que se fomenta una organización comprometida, diversa, igualitaria e interesada por la seguridad de los empleados, entre otras cuestiones.” (BBVA, 2020)

En tercer lugar, se encuentran los accionistas e inversores con los que el banco mantiene una comunicación fluida, clara y transparente. Para ello, “el Banco publica la información de manera continuada y disponible en el tiempo, y tiene entre su normativa una Política de comunicación y contactos con accionistas e inversores de BBVA.” (BBVA, 2020) Con ello se pretende que los inversores y accionistas dispongan de la información adecuada, se empleen los canales de comunicación más efectivos y se asegure la igualdad de trato entre ellos.

Los proveedores constituyen otro grupo de interés esencial en el día a día del banco. El BBVA se compromete a dotarles de la información necesaria de una manera transparente, se asegura de que se cumple la normativa que regula su actividad, supervisa que se respeten los derechos y se esfuerza por contar con aquellos proveedores que sean responsables con la sociedad y el medioambiente. Esto se materializa en “diversa normativa interna del Banco que define los principios generales de aprovisionamiento, así como el código ético de proveedores que establece los principios fundamentales que deben respetar todos los proveedores con los que el Grupo BBVA se relaciona.” (BBVA, 2020)

4.2.3 Políticas de RSC en BBVA

El BBVA es otro claro ejemplo de que la RSC también es aplicable y necesaria en el ámbito financiero. El poder indiscutible que tienen los grandes bancos en materia de sostenibilidad se concreta y demuestra en este trabajo, primero con el caso del Santander y a continuación con el de BBVA.

El banco aspira a que todas las áreas del banco integren y contribuyan de forma efectiva al cumplimiento de las políticas e iniciativas de RSC. Para ello, ha creado la “Oficina Global de Sostenibilidad, unidad responsable de impulsar y coordinar las iniciativas de sostenibilidad en el Grupo y ha establecido una red de expertos, integrada por especialistas en materia de sostenibilidad identificados en diferentes áreas del Grupo.” (BBVA, 2020) Ambos se coordinan y actúan de manera conjunta para dirigir, revisar y evaluar el avance y evolución del BBVA respecto de sus principios de RSC, asegurando que se llevan a cabo y que las distintas unidades del banco están alineadas con estas iniciativas de banca responsable.

Para la elaboración de las políticas de Responsabilidad Social Corporativa, el BBVA afirma haberse inspirado en los ODS y opta por centrar sus actuaciones en dos ámbitos: el cambio climático y el desarrollo social inclusivo y sostenible. (BBVA, 2020)

Como se puede observar en los distintos informes corporativos que emite el propio banco, en concreto en el de Política General de Responsabilidad Social Corporativa de BBVA de finales de 2020, su estrategia de Responsabilidad Social Corporativa se concreta en los siguientes aspectos:

- Generación de impacto positivo en la sociedad: el banco demuestra que es consciente de que las actividades que desarrolla en su día a día afectan a la sociedad y al medioambiente. Por esta razón se esfuerza en controlar el impacto que produce a sus principales grupos de interés, intentando que no existan perjuicios como resultado de su actividad y que esta genere solo beneficios para la sociedad y el entorno en el que opera. Cabe destacar que tanto en el caso de BBVA como en el del Banco Santander, estamos hablando de bancos con presencia nacional e internacional, por lo que el impacto de sus prácticas afecta globalmente ya sea de forma positiva o negativa. Que el impacto que se origine

favorezca a sus grupos de interés en diversos ámbitos se traduce en una potente y fuerte contribución a los Objetivos de Desarrollo Sostenible.

- Respeto a las personas, a su dignidad y a sus derechos: el BBVA demuestra su compromiso con las personas en la adhesión a distintos compromisos nacionales e internacionales, como “la Carta Internacional de los Derechos Humanos, el Pacto Mundial de las Naciones Unidas, los Principios Rectores de Empresas y Derechos Humanos de Naciones Unidas o las Líneas Directrices de la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos (OCDE) para Empresas Multinacionales.” (BBVA, 2020) Este respeto se muestra hacia las personas que componen la organización, como son sus trabajadores, accionistas o proveedores, pero también hacia los que tiene algún tipo de relación o se ven afectados con el desempeño del día a día del banco. Se puede observar que este segundo principio o aspecto de la RSC del BBVA se complementa a la perfección con el anterior.
- Inversión en la comunidad: las desigualdades sociales y las carencias en aspectos básicos que sufren millones de personas en el mundo es un tema preocupante con el que la sociedad cada vez está más comprometida. Son numerosas las personas que en su día a día no tienen acceso a bienes y servicios básicos y de gran necesidad como pueden ser la comida, el agua, la sanidad o la educación. Con el esfuerzo unificado global de las grandes potencias, sus gobiernos y sus empresas, se puede contribuir de manera efectiva y positiva al desarrollo y crecimiento de los más desfavorecidos mediante iniciativas y proyectos de acción social que conduzcan a la creación de oportunidades que permitan el avance y progreso tan deseados. El BBVA es consciente de esta necesidad y por ello la incluye como un principio fundamental de su política de RSC.
- Implicación como agente de cambio social: la acción conjunta del BBVA con sus grupos de interés, otras empresas y otros actores puede servir como motor del progreso y desarrollo social de las comunidades más desfavorecidas. Es indudable que una entidad con el tamaño y poder de BBVA y con tal presencia a nivel global posee las capacidades y recursos necesarios para contribuir en gran medida a los ODS, y conseguir así que se reduzcan y se solucionen los principales

problemas que afectan al mundo actualmente.

4.2.4 Integración e implementación de los ODS

Al igual que su rival, el Banco Santander, el BBVA se muestra muy comprometido con los ODS, detallando las diversas iniciativas y actuaciones que lleva a cabo para lograr un desarrollo sostenible, protegiendo el medioambiente e impulsando el crecimiento de las comunidades más necesitadas.

El BBVA hace especial hincapié en la importancia de los ODS como solución para la recuperación mundial tras las circunstancias excepcionales que estamos viviendo derivadas de la pandemia causada por el COVID-19. En su opinión, los Objetivos de Desarrollo Sostenible sirven para construir unas bases sociales y medioambientales robustas y fuertes que eviten crisis futuras, tanto medioambientales como sanitarias “como consecuencia de la explotación abusiva de los recursos naturales del Planeta Tierra.” (Gascueña, 2020) Desde el banco afirman que el cumplimiento de los Objetivos de Desarrollo Sostenible es fundamental, y que esta necesidad se ha comprobado con la pandemia, ya que un mayor avance en los ODS hubiese proporcionado una capacidad de respuesta más rápida, más efectiva y más sólida. De hecho, “mejores sistemas sanitarios, menos personas en situación de pobreza y desigualdad y un medioambiente más saludable, hubiesen permitido contar con sociedades más fuertes y resilientes frente a una emergencia sanitaria de esta magnitud.” (Gascueña, 2020)

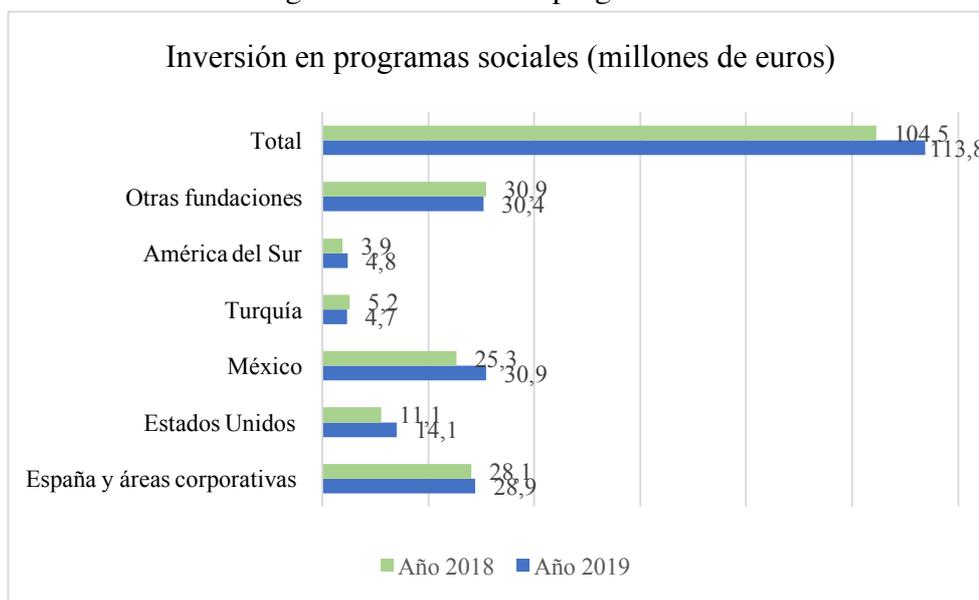
Tras esta reflexión analizaremos el compromiso y la contribución del BBVA a los ODS y sus principales programas y actuaciones para ello, aunque como avanzan desde el banco, este “contribuye a todos los ODS, dado el amplio abanico de actividades filantrópicas y de negocio que el grupo realiza en los ámbitos de impacto de los objetivos.” (BBVA, 2019) Sin embargo, como es razonable, su nivel de contribución no es igual en todos los objetivos, tal y como ocurre con el Banco Santander, por lo que se estudian y analizan a continuación aquellos más importantes.

Objetivo 1: Fin de la pobreza:

En el apartado de estudio de la misión, visión y valores de BBVA se detalló que el propósito principal de la entidad es “poner al alcance de todos las oportunidades de esta nueva era.” (BBVA, 2017) Este propósito tiene mucho que ver con el primer ODS, ya que el fin de la pobreza supone alcanzar una inclusión generalizada en la sociedad de forma que las personas puedan acceder a los bienes y servicios necesarios en su día a día.

Para poner fin a la pobreza, BBVA considera que una de las principales herramientas es la inclusión financiera. En este sentido, la entidad cuenta con “el Centro para la Educación y Capacidades Financieras de BBVA que promueve la educación financiera como un elemento clave para la inclusión social y económica.” (Heras & Garzón, 2020) Sin embargo, es aún más destacable el papel de la Fundación Microfinanzas BBVA, que “promueve el desarrollo económico y social, sostenible e inclusivo, de emprendedores en vulnerabilidad en cinco países de América Latina. Desde su creación en 2007 ha desembolsado cerca de 11.800 millones de dólares a cinco millones de personas.” (Heras & Garzón, 2020) La labor realizada por BBVA para contribuir al fin de la pobreza y a una sociedad más justa y menos desigual es indiscutible, ya que, como detalla el propio banco en su página web, “un 34% de los emprendedores de la Fundación Microfinanzas BBVA sale del umbral de la pobreza a los 2 años.” (Heras & Garzón, 2020) A continuación, se incluye la evolución de 2018 a 2019 de inversión en programas sociales, principalmente a través de la Fundación BBVA.

Figura 9: Inversión en programas sociales



Fuente: Elaboración propia basado en BBVA y la sostenibilidad en América Latina
(2020)

Objetivo 2: Hambre cero:

Para la lucha contra el hambre BBVA ha identificado como problema principal “la mala calidad de las cosechas, los ciclos de producción, las limitadas infraestructuras disponibles o el cambio climático. Contra estos problemas se puede luchar disponiendo de los medios adecuados y con una voluntad firme y coordinada de todos los actores implicados.” (Heras & Ares, 2019)

El trabajo de la Fundación Microfinanzas BBVA también es clave en este objetivo, ya que pretende impulsar y fortalecer la agricultura mediante distintas iniciativas que tienen como base la financiación y el asesoramiento de los agricultores. Además, BBVA participa en recogidas masivas de alimentos, posee comedores sociales en algunos de los edificios de BBVA Bancomer y colabora con el Banco de Alimentos de Madrid, el cual ha puesto el nombre del banco a una de sus calles en el edificio central de almacén, lo que demuestra la gratitud de este al BBVA por su implicación y esfuerzo en la lucha contra el hambre.

Objetivo 3: Salud y bienestar:

Las iniciativas de BBVA que se enmarcan dentro de este objetivo son numerosas. Por un lado, ofrecen becas dentro de algunas convocatorias que pretenden apoyar e impulsar el conocimiento y la investigación médica como “las Becas Leonardo, ayudas individuales destinadas a investigadores y creadores culturales en el estadio intermedio de su carrera, y las Ayudas a Equipos, cuyo fin es impulsar los proyectos de grupos de investigación.” (Rodríguez, 2019) También financias proyectos de investigación conjuntos con hospitales o instituciones para avanzar en la lucha contra el cáncer, realiza actividades a nivel corporativo para frenar el sedentarismo y mejorar la salud de sus empleados como las Jornadas del Deporte y a través de sus actividades de voluntariado recauda fondos para destinarlos a proyectos o fundaciones que realicen labores relacionadas con este tercer objetivo. Por ejemplo, en 2019 “en la semana del voluntariado alcanzaron la cifra de 38.000€ para destinarlos a la Fundación Theodora para llevar la musicoterapia a

30.000 niños hospitalizados en España. Los conocidos como doctores Sonrisa hacen de la música la mejor medicina para los más pequeños.” (Rodríguez, 2019)

Objetivo 4: Educación de calidad:

Al igual que su rival el Banco Santander, BBVA invierte en educación para facilitar el acceso a los más vulnerables. El programa Niños Adelante ha entregado más de 720.000 becas desde 2007 en países de Latinoamérica y la Fundación Bancomer ha reconstruido y/o rehabilitado 25 escuelas en México. (BBVA, 2019) Además, impulsan la educación financiera de los niños y jóvenes mediante programas como Escuela para el Emprendimiento en Colombia o Valores de Futuro en España y “desde 2008 más de 13,4 millones de personas han sido beneficiadas a través del Plan Global de Educación Financiera.” (BBVA, 2019)

Figura 10: Personas beneficiadas con los programas de BBVA para el crecimiento inclusivo en América Latina en 2019

	Educación financiera	Emprendimiento	Educación	Cultura
Argentina	2.163	0	0	2.300
Colombia	141.713	99	35.467	114
Perú	1.219	0	112.732	1.294.310
Uruguay	600	230	22	0
Paraguay	2.748	0	4.035	0
Venezuela	2.031	782	7.903	0
Total	150.444	2.134	190.881	1.296.724

Fuente: Elaboración propia basado en BBVA y la sostenibilidad en América Latina (2020)

Objetivo 5: Igualdad de género:

BBVA tiene como objetivo aumentar el número de mujeres en su plantilla y en los puestos de la alta dirección. Algunas medidas para ello “son la formación para enfrentarse a los sesgos inconscientes, la mejora de la redacción de las ofertas de empleo utilizando un lenguaje inclusivo, o la colaboración con comunidades externas (‘Inspiring Girls’, REDI).” (Ares, 2019) Además, la Fundación Microfinanzas BBVA apoya las labores de emprendimiento de las mujeres en Latinoamérica y ofrece productos personalizados adecuados para la situación de cada mujer. Todo los esfuerzos y acciones para contribuir a este objetivo han sido reconocidos mediante la selección de BBVA en el ranking “Bloomberg Gender Equality Index y en el Equileap Global Report on Gender Equality.” (Ares, 2019)

Objetivo 6: Agua limpia y saneamiento:

Tal y como indican en su web corporativa, el banco se preocupa por hacer un uso responsable de los recursos que utiliza en su día a día evitando malgastarlos o perjudicar a terceros. Esto se demuestra en la reducción en un “13% del consumo total de agua del Grupo BBVA en 2018, respecto al año anterior. En España, se logró un 14% de reducción.” (Graván, 2019) También reconoce y premia la investigación y las iniciativas que contribuyen a este objetivo y colabora con AUARA, empresa que lucha por terminar con el problema de desabastecimiento de agua potable.

Objetivo 13: Acción por el clima:

El cambio climático afecta a todos en mayor o menor medida, aunque perjudica de forma más directa a los más pobres. La sociedad cada vez toma una mayor consciencia del problema que supone el cambio climático y de la necesidad de proteger el medioambiente.

Algunas de las principales actuaciones del BBVA para proteger el medioambiente son la movilización de “100.000 millones de euros en financiación verde, infraestructuras sostenibles, emprendimiento social e inclusión financiera; la involucración de sus grupos de interés para trabajar de forma colectiva en el desarrollo sostenible” (BBVA, 2020) y el estudio de los impactos negativos para la sociedad y el medioambiente como resultado de la actividad del banco para reducirlos y evitarlos. Cabe destacar que “es el banco español más activo en la emisión de bonos verdes y sociales, uno de los bancos líderes a nivel mundial en préstamos sostenibles y que emitió el primer bono verde de un emisor

financiero en España.” (BBVA, 2020) A nivel interno, el banco promueve la utilización de energía renovable y la reducción de las emisiones de CO₂.

Objetivo 14: Vida submarina:

Los mares y océanos, así como las especies que habitan en ellos sufren a diario daños causados principalmente por un elemento: el plástico.

Para evitar el uso del plástico y que este pueda terminar en mares y océanos, BBVA “junto con la empresa Sodexo, lanzó en 2019 la iniciativa ‘BBVA sin plásticos’ para poner fin a su uso, sustituyéndolo por recipientes hechos con materiales biodegradables.” (BBVA, 2019) A través de la Fundación BBVA, el banco lleva a cabo labores de investigación para estudiar y analizar aspectos como las consecuencias del cambio climático en las aguas marinas o los progresos y cambios que se produzcan en la contaminación que genera el plástico.

Objetivo 15: Vida de ecosistemas terrestres:

Los bosques y las especies terrestres que habitan en ellos se encuentran en peligro debido al cambio climático y a las actuaciones que llevan a cabo los humanos. Si no se pone remedio a esta situación y se protegen terminarán desapareciendo y tendrán consecuencias irremediables para la sociedad.

BBVA es consciente de esta situación crítica y ha creado la iniciativa ‘Bosques BBVA’ la cual consiste en realizar “labores de reforestación y conservación del medio natural. A lo largo de todas sus ediciones se ha conseguido reforestar más de 20.000 árboles en España.” (BBVA, 2019) Cabe destacar que estas labores no solo se llevan a cabo en España, sino en todos los países en los que el banco está presente.

Otras iniciativas que se enmarcan dentro del logro de este objetivo son “la protección de los bosques mediante la financiación de Equipos de Investigación Científica Ecológica y Biología de la Conservación” mediante la Fundación BBVA y los “Premios Fundación BBVA Fronteras del Conocimiento” (BBVA, 2019) que incluyen dos categorías para premiar el estudio y análisis en las materias que recoge este objetivo.

Objetivo 16: Paz, justicia e instituciones sólidas:

La paz, la justicia y la inclusión como bases de la sociedad son fundamentales para el desarrollo sostenible. El banco entiende que, como empresa líder a nivel nacional e internacional, tiene un papel clave en el avance de este objetivo y para ello “entiende que estos conceptos deben ser integrados en el modelo de negocio de las empresas en general.” (BBVA, 2019)

Las iniciativas que BBVA lleva a cabo para el objetivo 16 son “el desarrollo de un modelo de banca responsable, impedir la financiación de armamento controvertido, comprometerse con los Derechos Humanos y la puesta en marcha de políticas de Voluntariado Corporativo.” (BBVA, 2019)

Objetivo 17: Alianzas para lograr los objetivos:

Para alcanzar todos los objetivos anteriores y lograr un mundo más justo, sostenible y pacífico es necesario que los distintos actores presentes en la sociedad, como los ciudadanos, las empresas o los gobiernos trabajen unidos para lograr este propósito común. Para el logro de este objetivo es de vital importancia que cada uno de estos actores movilicen los recursos que poseen mediante el establecimiento de alianzas. BBVA considera que el papel de los bancos es de vital importancia para este objetivo 17, ya que “el sector financiero es el gran movilizador de fondos. Por ello, BBVA ha establecido diferentes alianzas estratégicas basadas en la extensa relación con entidades financieras multilaterales, como el Acuerdo de París, el G20 y los Principios Rectores de DD.HH. de Naciones Unidas.” (BBVA, 2019) Además, BBVA incluye en su agenda estratégica los Principios de Banca Responsable.

5. CONCLUSIONES

Tras la realización del estudio de este trabajo se llega a una serie de conclusiones fruto de la labor de análisis e investigación.

En primer lugar, se comienza explicando la RSC para poder tener una visión amplia y con fundamento de lo que significa este concepto, de su posición en la realidad empresarial y de los beneficios que supone si se incluye dentro del plan estratégico de las compañías. Una de las principales conclusiones de este primer capítulo es que la RSC presenta multitud de definiciones aceptadas. Diversos autores han estudiado este concepto proporcionando su propia definición. Sin embargo, todas ellas presentan elementos comunes que ayudan a comprender lo que significa este concepto tan amplio: carácter voluntario, carácter social y medioambiental, participación en el día a día empresarial, importancia de los grupos de interés y fuente de ventaja competitiva. En segundo lugar, se llega a la conclusión de que, a pesar de la voluntariedad que presenta la RSC, en la actualidad, son los propios stakeholders los que exigen a las empresas implicarse de una manera responsable con la sociedad y el medioambiente. Además, las propias empresas ven la RSC como necesaria e incluso “obligatoria” por los numerosos beneficios que supone, tal y como se pretendía comprobar en uno de los objetivos principales de este trabajo, como la mejora de la reputación y de la imagen, la mejora de la productividad o el acceso a financiación adicional, entre otros.

En el segundo capítulo, se estudian los Objetivos de Desarrollo Sostenible extrayendo algunas conclusiones que se enuncian a continuación. Los ODS forman una lista de 17 objetivos que pretenden abordar los principales problemas del mundo actual incluyendo de forma directa a las empresas de todos los sectores en este ambicioso plan de acción. La primera conclusión que se obtiene en este capítulo es que aparte de los beneficios que estos objetivos aportan a la sociedad, también benefician a las empresas que los incorporan, facilitando el acceso a nuevos mercados, reducción de costes o la posibilidad de establecer relaciones con otras empresas o actores que actúen motivados por estos objetivos. Además, como se puede observar, la gran variedad de desafíos y problemas de distinta temática que abordan permite a las empresas establecer el foco en aquellos más relacionados con su actividad empresarial principal pudiendo incidir de manera precisa y exitosa. En segundo lugar, otro de los principales objetivos de este trabajo era valorar la relación entre ODS y RSC. Después de la realización del trabajo, se observa que la RSC

y los ODS son conceptos interrelacionados entre sí y no excluyentes. Ambos favorecen al cumplimiento del otro y sientan las bases del comportamiento socialmente responsable de las empresas. Una empresa con una RSC implantada de manera clara y sólida ayudará a contribuir y cumplir los ODS. Para favorecer este cumplimiento y contribución también existe, como se ha visto, una guía, la SDG Compass que ayuda, mediante cinco pasos, a alinear el plan estratégico de la compañía con estos términos y a establecer medidores que permitan evaluar el rumbo y establecer cambios si es necesario.

En último lugar, se encuentra el tercer capítulo de este trabajo, en el que se detalla un análisis y una profunda investigación de los casos del Banco Santander y BBVA en la materia. En primer lugar, durante el proceso de investigación, se ha podido observar que, gracias a la relevancia de la temática en la actualidad, existen una gran cantidad de bibliografía procedente de los dos bancos. Ambos se esfuerzan en publicar extensos y detallados informes y presentaciones presentando su voluntad y relación con los dos conceptos, sus propósitos, contribuciones y avances. La existencia de tan variada bibliografía elaborada por las entidades lleva a concluir que la RSC y los ODS forman parte de la realidad empresarial actual, y en definitiva de la de ambas entidades, y cada vez cobran más importancia y suponen mayores esfuerzos de las empresas, que luchan por amoldarse a las nuevas necesidades y expectativas de la sociedad y de sus *stakeholders*.

La siguiente conclusión que se obtiene, después de la elaboración del trabajo y que suponía uno de los principales objetivos de su realización, es que la RSC y los ODS son posibles y necesarios en el sector bancario. En este capítulo se estudia cómo tanto la RSC como los ODS están presentes en los bancos, forman parte de su realidad y obtienen buena parte de su atención y recursos. Por lo tanto, se desmonta la creencia de muchos de que este sector no está implicado ni enfocado en actuar de manera socialmente responsable y en mejorar los problemas que afectan a nivel global. El sector bancario se une al de la construcción o al eléctrico en el desarrollo sostenible, protegiendo a la sociedad y al medioambiente y evitando su daño como consecuencia de sus actividades.

Por último, cabe destacar la última conclusión de este trabajo: Banco Santander y BBVA son bancos socialmente responsables, que sí tienen presentes la RSC y los ODS en su día a día y que se esfuerzan por avanzar en aras de la sostenibilidad, la responsabilidad y el desarrollo. Tanto el Santander como el BBVA destinan buena parte de sus esfuerzos en

seguir las políticas de su RSC y contribuir de una manera efectiva a los ODS, generando un impacto en todos o casi todos y resultados muy satisfactorios, tal y como se puede observar. Gracias a la labor de los dos bancos y de las numerosas iniciativas llevadas a cabo explicadas en este trabajo, se observa un progreso en la mayoría de los principales problemas que afectan a la sociedad y el medioambiente, siendo ambos un ejemplo en el compromiso con la sostenibilidad y la preocupación más allá de los resultados financieros. Aunque es cierto que por su perfil financiero no contribuyen de igual manera a los diecisiete objetivos. La conclusión final con la que se cierra este Trabajo de Fin de Grado es que, aunque su empeño y esfuerzo obtiene resultados y avances en este aspecto, todavía queda mucho por hacer. Son innumerables las personas que todavía no tienen acceso a agua potable, a una educación de calidad o a puestos de trabajo decentes. Son diarios los daños que se producen a mares y océanos o a bosques como resultado de las actuaciones de las empresas. Por lo que las empresas, y en concreto el Santander y el BBVA no deben conformarse y estancarse, sino seguir progresando y aunando esfuerzos para que el fin de los desafíos y problemas globales de esta era sea una realidad y así “transformar nuestro mundo sin dejar a nadie atrás.” (Smale, 2021)

6. BIBLIOGRAFÍA

- Agudo, A. (8 de Julio de 2014). *Los Objetivos del Milenio, a examen* . Recuperado el 16 de Febrero de 2021, de El País: https://elpais.com/elpais/2014/07/08/planeta_futuro/1404849092_519107.html
- Ares, S. P. (20 de Mayo de 2019). *¿Qué hace BBVA por lograr la igualdad de género y empoderar a las mujeres?* . Recuperado el 25 de Marzo de 2021, de BBVA: <https://www.bbva.com/es/que-hace-bbva-por-lograr-la-igualdad-de-genero-y-empoderar-a-las-mujeres/>
- Banco Santander . (2019). *Informe Anual 2019: Banca responsable: Estado de información no financiera consolidado*.
- Banco Santander . (2020). *Capítulo de Banca Responsable (Informe Anual 2020)*. Recuperado el 24 de Febrero de 2021, de Banco Santander : <https://www.santander.com/content/dam/santander-com/es/documentos/junta-general-de-accionistas/23-03-18/JGA-2018-03-23-Informe%20de%20sostenibilidad-220-es.pdf>
- Banco Santander. (2017). *Sostenibilidad en Banco Santander*.
- Banco Santander. (14 de Febrero de 2018). *7 Beneficios de la RSC o RSE*. Recuperado el 15 de Febrero de 2021, de Banco Santander: <https://blog.bancosantander.es/pymes/7-beneficios-la-rsc-rse/>
- Banco Santander. (2018). *Banca Responsable: Estado de información no financiera consolidado*. Informe Anual 2018 . Obtenido de Informe Anual 2018 : <https://www.santander.com/content/dam/santander-com/es/documentos/informe-anual/2018/IA-2018-Informe%20de%20Banca%20responsable-80-es.pdf>
- Banco Santander. (2019). *Descubra Santander*. Recuperado el 21 de Febrero de 2021, de Santander Trade : <https://santandertrade.com/es/portal/descubrir-santander>
- Banco Santander. (14 de Septiembre de 2019). *Santander, banco más sostenible del mundo en el Dow Jones Sustainability Index 2019*. Recuperado el 22 de Febrero de 2021, de Banco Santander: <https://www.santander.com/es/sala-de-comunicacion/notas-de-prensa/santander-banco-mas-sostenible-del-mundo-en-el-dow-jones-sustainability-index-2019>
- Banco Santander. (10 de Agosto de 2020). *Un progreso del que estamos orgullosos: mejoramos nuestra puntuación en el índice FTSE4Good*. Recuperado el 20 de Febrero de 2021, de Banco Santander: <https://www.santander.com/es/stories/un-progreso-del-que-estamos-orgullosos-mejoramos-nuestra-puntuacion-en-el-indice-ftse4good>
- Banco Santander. (2021). *Cultura Corporativa*. Recuperado el 21 de Febrero de 2021, de Banco Santander: <https://www.santander.com/es/sobre-nosotros/cultura-corporativa>

- Banco Santander. (2021). *Prácticas de Negocio Responsables*. Recuperado el 20 de Febrero de 2020, de Banco Santander : <https://www.santander.com/es/nuestro-compromiso/nuestra-cultura/practicas-de-negocio-responsables>
- BBVA. (2013). *Visión y misión* . Recuperado el 14 de Marzo de 2021, de BBVA: <https://accionistaseinversores.bbva.com/microsites/bbva2012/es/Resumenejecutivo/Visionymision.html>
- BBVA. (2017). *BBVA Cuentas anuales 2017*. Recuperado el 13 de Marzo de 2021, de BBVA: <https://accionistaseinversores.bbva.com/microsites/cuentasanuales2017/informe-de-gestion/introduccion/index.html>
- BBVA. (16 de Octubre de 2019). *BBVA se suma a la campaña #aliadosdelosODS*. Recuperado el 16 de Marzo de 2021, de BBVA: <https://www.bbva.com/es/bbva-se-suma-a-la-campana-aliadosdelosods/>
- BBVA. (13 de Mayo de 2019). *¿Qué hace BBVA en favor de una educación de calidad para todos?* Recuperado el 25 de Marzo de 2021, de BBVA: <https://www.bbva.com/es/que-hace-bbva-en-favor-de-una-educacion-de-calidad-para-todos/>
- BBVA. (29 de Julio de 2019). *¿Qué hace BBVA para gestionar sosteniblemente la vida de los ecosistemas terrestres?* Obtenido de BBVA: <https://www.bbva.com/es/que-hace-bbva-para-gestionar-sosteniblemente-la-vida-de-los-ecosistemas-terrestres/>
- BBVA. (22 de Julio de 2019). *¿Qué hace BBVA por conservar recursos marinos, mares y océanos?* Recuperado el 25 de Marzo de 2021, de BBVA: <https://www.bbva.com/es/que-hace-bbva-por-conservar-recursos-marinos-mares-y-oceanos/>
- BBVA. (5 de Agosto de 2019). *¿Qué hace BBVA por promover sociedades justas, pacíficas e inclusivas?* Recuperado el 25 de Marzo de 2021, de BBVA: <https://www.bbva.com/es/que-hace-bbva-por-promover-sociedades-justas-pacificas-e-inclusivas/>
- BBVA. (13 de Agosto de 2019). *¿Qué hace BBVA por revitalizar la alianza mundial para el desarrollo sostenible?* Recuperado el 24 de Marzo de 2021, de BBVA: <https://www.bbva.com/es/que-hace-bbva-por-revitalizar-la-alianza-mundial-para-el-desarrollo-sostenible/>
- BBVA. (14 de Enero de 2020). *¿Qué hace BBVA para combatir el cambio climático y sus efectos?* Recuperado el 21 de Marzo de 2021, de BBVA: <https://www.bbva.com/es/que-hace-bbva-para-combatir-el-cambio-climatico-y-sus-efectos/>
- BBVA. (Diciembre de 2020). *Política General de Responsabilidad Social Corporativa de BBVA*. Recuperado el 14 de Marzo de 2021, de BBVA: <https://accionistaseinversores.bbva.com/wp->

content/uploads/2020/12/Pol%C3%ADtica-General-de-Responsabilidad-Social-Corporativa_BBVA_2020_esp.pdf

- BBVA. (Octubre de 2020). *Política General de Sostenibilidad de BBVA*. Recuperado el 15 de Marzo de 2021, de BBVA: https://accionistaseinversores.bbva.com/wp-content/uploads/2020/10/Pol%C3%ADtica-de-Sostenibilidad-de-BBVA_esp.pdf
- BBVA. (1 de Marzo de 2021). *BBVA, mejor banco de inversión del mundo en financiación sostenible*. Recuperado el 15 de Marzo de 2021, de BBVA: <https://www.bbva.com/es/bbva-mejor-banco-de-inversion-del-mundo-en-financiacion-sostenible/>
- BBVA. (2021). *Información Corporativa*. Recuperado el 14 de Marzo de 2021, de BBVA: <https://www.bbva.com/es/informacion-corporativa/#carta-presidente>
- BBVA. (2021). *Reconocimientos*. Recuperado el 12 de Marzo de 2021, de BBVA : <https://www.bbva.com/es/reconocimientos/>
- BBVA Provincial S.A. . (2021). *Historia*. Recuperado el 10 de Marzo de 2021, de BBVA Provincial: <https://www.provincial.com/personas/informacion-corporativa/historia.html#:~:text=Presencia%20en%20el%20mundo,y%20m%C3%A1s%20de%20110.000%20empleados.>
- Bowen, H. R. (1953). *Social Responsibilities of the Businessman*. New York: Harper and Row.
- Carroll, A. B. (1979). A three-dimensional conceptual model of corporate social performance. . *Academy of Management Review*(4), 497-505.
- Carroll, A. B. (1991). The pyramid of corporate social responsibility: Toward the moral management of organizational stakeholders. (34), págs. 39-48.
- Comisión de las Comunidades Europeas. (2001). *Libro Verde: fomentar un marco europeo para la responsabilidad social de las empresas*. Bruselas.
- De la Cuesta, M., Valor, C., & Kreisler, I. (2003). Promoción institucional de la responsabilidad social corporativa. *Boletín ICE Económico*(2779), 9-20.
- Deloitte; Fundación SERES. (2020). *VII Informe del impacto social de las empresas*.
- Dirección General de Medio Ambiente. (25 de Septiembre de 2015). *Desarrollo sostenible para todos: una nueva agenda para 2030*. Obtenido de Comisión Europea.
- Duque Orozco, Y. V., Martínez Barón, D., & Botón Gómez, S. L. (2012). Una revisión a la investigación en responsabilidad social corporativa en el sector bancario. *Equidad y Desarrollo*(18), 121-150.
- Europa Press. (2 de Octubre de 2019). *Santander, entre las 25 mejores empresas para trabajar a nivel mundial*. Recuperado el 22 de Febrero de 2021, de Expansión :

<https://www.expansion.com/empresas/banca/2019/10/02/5d94f4b3e5fdeaa1418b45d0.html>

Freeman, R. E. (1984). *Strategic management: a stakeholder approach*. Boston : Pitman

Gallach, C. (2019). La decidida apuesta española por los ODS. *Política Exterior* , 33(190), 46-54.

Gascueña, D. (26 de Agosto de 2020). *El doble reto de los ODS tras la crisis de la COVID-19*. Recuperado el 15 de Marzo de 2021, de BBVA: <https://www.bbva.com/es/el-doble-reto-de-los-ods-tras-la-crisis-de-la-covid-19/>

Graván, A. D. (27 de Mayo de 2019). *¿Qué hace BBVA por garantizar la disponibilidad de agua limpia y el saneamiento para todos?* . Recuperado el 25 de Marzo de 2021, de BBVA: <https://www.bbva.com/es/que-hace-bbva-por-garantizar-la-disponibilidad-de-agua-limpia-y-el-saneamiento-para-todos/>

Heras, J. d., & Ares, S. P. (10 de Mayo de 2019). *¿Qué hace BBVA contra el hambre y en favor de la agricultura sostenible?* Recuperado el 25 de Marzo de 2021, de BBVA: <https://www.bbva.com/es/que-hace-bbva-contra-el-hambre-y-en-favor-de-la-agricultura-sostenible/>

Heras, J. d., & Garzón, M. (23 de Junio de 2020). *¿Qué hace BBVA por el fin de la pobreza?* Recuperado el 25 de Marzo de 2021, de BBVA: <https://www.bbva.com/es/que-hace-bbva-por-el-fin-de-la-pobreza/>

Hernando, M. J., & Podga, F. (2016). De los Objetivos de Desarrollo del Milenio a los Objetivos de Desarrollo Sostenible. *Libre Pensamiento*(88), 60-69.

Instituto Argentino de Responsabilidad Social Empresarial. (4 de Abril de 2018). Algunas definiciones de Responsabilidad Social Empresaria. Argentina .

Lizcano, J. L. (17 de Febrero de 2020). *Sí, los ODS y la RSC se llevan bien*. Recuperado el 18 de Febrero de 2021, de CincoDías El País : https://cincodias.elpais.com/cincodias/2020/02/14/opinion/1581700288_909923.html

Moreno, C. (2006). La responsabilidad social corporativa como criterio de gestión empresarial. *Lan harremanak: Revista de relaciones laborales*(14), 43-56.

Mozas, A., & Puentes, R. (2010). LA RESPONSABILIDAD SOCIAL CORPORATIVA Y SU PARALELISMO CON LAS SOCIEDADES COOPERATIVAS. *REVESCO. Revista de Estudios Cooperativos*(103), 75-100.

Naciones Unidas . (2021). *Objetivos y metas de desarrollo sostenible*. Recuperado el 15 de Febrero de 2021, de Naciones Unidas : <https://www.un.org/sustainabledevelopment/es/sustainable-development-goals/>

- Naciones Unidas. (2021). *Igualdad de género*. Recuperado el 1 de Marzo de 2021, de Naciones Unidas : <https://www.un.org/es/sections/issues-depth/gender-equality/index.html>
- Observatorio de Responsabilidad Social Corporativa. (2021). *Qué es RSC*. Recuperado el 3 de Febrero de 2021, de Observatorio de Responsabilidad Social Corporativa: <https://observatoriorsc.org/la-rsc-que-es/>
- PMNU, GRI, & WBCSD. (2015). *SDG Compass*.
- Red Española del Pacto Mundial de Naciones Unidas. (28 de Enero de 2021). *El IBEX35 mejora su gestión de la sostenibilidad y la mitad de sus empresas ya fija objetivos cuantificables en ODS*. Recuperado el 16 de Febrero de 2021, de Pacto Mundial: <https://www.pactomundial.org/2021/01/el-ibex35-mejora-su-gestion-de-la-sostenibilidad-y-la-mitad-de-sus-empresas-ya-fija-objetivos-cuantificables-en-ods/>
- Red Española del Pacto Mundial; Consejo General de Economistas de España; CEPYME. (13 de Noviembre de 2019). *Guía para PYMES ante los Objetivos de Desarrollo Sostenible*.
- Rodríguez, A. R. (10 de Julio de 2019). *¿Qué hace BBVA por garantizar una vida sana y promover el bienestar de todos?* . Recuperado el 25 de Marzo de 2021, de BBVA: <https://www.bbva.com/es/que-hace-bbva-por-garantizar-una-vida-sana-y-promover-el-bienestar-de-todos/>
- Rojas, R. d. (10 de Diciembre de 2018). *Los consumidores son el nuevo jefe*. Obtenido de El País-Economía : https://elpais.com/economia/2018/11/27/actualidad/1543329549_828040.html
- Rueda, M. J. (2018). El papel de la RSC en el sector privado. *eXtoikos*(21), 57-59.
- Smale, A. (2021). *Qué implican los ODS*. Recuperado el 27 de Marzo de 2021, de Naciones Unidas : <https://www.un.org/es/chronicle/article/que-implican-los-ods>
- Steiner, G. A. (1971). *Business and Society* . New York : Random House .
- Tejera, M. J. (2016). El sector financiero y su compromiso con la comunidad. *Atlantic Review of Economics: Revista Atlántica de Economía*, 2(1).
- Valpuesta, R. (2012). La responsabilidad social corporativa: una reflexión. *Revista de Direito Econômico e Socioambiental*, 3(1), 169-202.
- World Business Council for Sustainable Development . (2002). *Corporate Social Responsibility – The WBCSD’s Journey*. Ginebra .