



Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales
ICADE

Sostenibilidad y Valores en la Nueva Narrativa Empresarial: Un Estudio de Caso en Bancos Españoles

Autor: María Lope Santos
Director: José Luis Fernández Fernández

MADRID | Marzo, 2024

Índice:

1. Introducción:	7
1.1. <i>Motivación de la investigación:</i>	7
1.2. <i>Pregunta de investigación:</i>	7
1.3. <i>Objetivos de la investigación:</i>	7
1.4. <i>Elección de metodología:</i>	8
1.5. <i>Marco Teórico:</i>	9
1.5.1. Valores	9
1.5.2. Propósito:	9
1.5.3. Misión:	10
1.5.4. Visión:	11
1.5.5. Sostenibilidad:	11
1.5.6. Estrategia:	12
1.5.7. Stakeholders:	13
1.5.8. Narrativa empresarial:	13
2. Desarrollo	14
2.1. <i>Evolución de la narrativa empresarial</i>	14
2.2. <i>Importancia de los valores y el propósito en la empresa:</i>	15
2.3. <i>Importancia de los stakeholders:</i>	16
2.4. <i>Importancia de la sostenibilidad:</i>	19
2.5. <i>Importancia de la Estrategia:</i>	20
2.6. <i>Análisis de los distintos bancos:</i>	21
2.6.1. BBVA:	21
2.6.2. Santander:	22
2.6.3. CaixaBank:	24
2.6.4. Bankinter:	25
2.7. <i>Sostenibilidad en los bancos españoles:</i>	26

2.7.1.	<i>Productos y prácticas sostenibles financieras:</i>	27
2.7.2.	Cómo medir el impacto de la sostenibilidad en las entidades financieras	29
2.7.3.	Opciones sostenibles que ofrecen los distintos bancos	37
3.	Resultados:	40
3.1.	<i>Análisis comparativo de los bancos estudiados:</i>	40
3.2.	<i>Análisis comparativo de la sostenibilidad en cada banco:</i>	46
3.2.1.	Análisis de los productos sostenibles ofrecidos por cada banco:	46
3.2.2.	Análisis del porcentaje de financiación sostenible a clientes:	46
3.2.3.	Análisis de los índices de sostenibilidad en cada banco:	48
3.2.4.	Técnicas que emplea cada Banco para medir la sostenibilidad:	50
3.3.	<i>Análisis del impacto de la nueva narrativa empresarial en los bancos estudiados:</i>	
	51	
3.3.1.	Análisis de las Cartas de los Presidentes en 2008 y 2022	52
3.3.2.	Otras maneras de transmitir la nueva narrativa empresarial:	59
4.	Conclusiones:	59
4.1.	<i>Hallazgos clave:</i>	59
4.2.	<i>Conclusiones clave:</i>	62
4.3.	<i>Líneas futuras:</i>	63
5.	Bibliografía:	64

Índice de tablas:

Tabla 1-	Índices de sostenibilidad en cada banco	37
Tabla 2-	Productos sostenibles ofrecidos por cada banco	39
Tabla 3-	Comparación memorias anuales Bankinter	42
Tabla 4-	Comparación memorias anuales Santander	44
Tabla 5-	Comparación memorias anuales BBVA	45
Tabla 6-	Ratio financiación sostenible BBVA	47

Tabla 7-Ratio financiación sostenible Santander	47
Tabla 8-Ratio financiación sostenible CaixaBank	47
Tabla 9-Ratio financiación sostenible Bankinter	48
Tabla 10- Herramientas de medición de la sostenibilidad empleadas por cada banco	50

Índice de ilustraciones:

Ilustración 1-Logo BBVA	21
Ilustración 2- Logo Santander	22
Ilustración 3- The Santander Way	23
Ilustración 4-Logo CaixaBank	24
Ilustración 5- Logo Bankinter	25

Resumen:

Este trabajo tiene como objetivo principal analizar la evolución de la narrativa empresarial y las estrategias de sostenibilidad en el sector bancario español entre los años 2008 y 2022. Para ello, se examinan cuatro de los principales bancos españoles: BBVA, Santander, CaixaBank y Bankinter.

Hemos decidido analizar estas entidades financieras porque son motores fundamentales y actores muy relevantes de la economía española. La investigación se centra en comprender cómo han cambiado el propósito, los valores, la misión, la visión y los *stakeholders* que tiene en cuenta cada uno de estos bancos. Asimismo, también analizamos el enfoque hacia la sostenibilidad de estos bancos durante el periodo estudiado, y cómo estos cambios se reflejan en su narrativa empresarial.

Para realizar esta investigación hemos analizado y comparado las memorias anuales de los bancos seleccionados en el año 2008 y en el año 2022, así como las cartas de sus presidentes en ambos años. Esto nos ha permitido analizar en profundidad la estrategia y narrativa empresarial de cada una de las entidades financieras. Además, hemos analizado las acciones que llevan a cabo cada una de las entidades en materia de sostenibilidad.

En resumen, este estudio subraya un claro cambio hacia una nueva narrativa empresarial centrada en valores, propósito y sostenibilidad en el sector bancario español. Destaca la creciente adopción de prácticas financieras responsables y la alineación cada vez mayor de las narrativas corporativas con las expectativas de la sociedad en materia de desarrollo sostenible.

Palabras clave: nueva narrativa, sostenibilidad, bancos, valores, grupos de interés.

Abstract:

The main objective of this work is to analyze the evolution of corporate narrative and sustainability strategies in the Spanish banking sector between 2008 and 2022. To achieve this, four of the major Spanish banks—BBVA, Santander, CaixaBank, and Bankinter—are examined.

We have decided to analyze these financial entities because they are fundamental drivers and highly relevant actors in the Spanish economy. The research focuses on understanding how the purpose, values, mission, vision, and stakeholders that each of these banks takes into account have changed. Likewise, we analyze the approach to sustainability of these banks during the study period and how these changes are reflected in their corporate narrative.

To carry out this research, we have analyzed and compared the annual reports of the selected banks in 2008 and 2022, as well as the letters from their presidents in both years. This has allowed us to analyze in depth the strategy and corporate narrative of each of these financial institutions. Additionally, we have examined the actions taken by each entity in terms of sustainability.

In summary, this study highlights a clear shift towards a new corporate narrative centered on values, purpose, and sustainability in the Spanish banking sector. It highlights the growing adoption of responsible financial practices and the increasing alignment of corporate narratives with society's expectations regarding sustainable development.

Keywords: new narrative, sustainability, banks, values, stakeholders.

1. Introducción:

1.1. Motivación de la investigación:

Este trabajo de investigación analiza la influencia de valores, propósito e intereses de los *stakeholders* en la nueva narrativa empresarial de bancos españoles como BBVA, Santander, La Caixa y Bankinter. Su estudio resulta particularmente interesante en un entorno empresarial en constante evolución. La narrativa empresarial de las instituciones financieras, especialmente en el contexto bancario, ha experimentado cambios significativos en los últimos años, con un enfoque cada vez mayor en la responsabilidad social corporativa, la sostenibilidad y la gestión de relaciones con las partes interesadas. Este estudio busca arrojar luz sobre cómo estos factores influyen en la forma en que los bancos españoles se comunican con sus *stakeholders* y cómo definen su propósito, aportando conocimientos valiosos sobre la evolución de la ética y la responsabilidad en la industria bancaria y su impacto en la sociedad.

1.2. Pregunta de investigación:

¿Cómo ha evolucionado el propósito, los valores y el enfoque hacia la sostenibilidad en los bancos españoles desde 2008 hasta 2022, y de qué manera se ha manifestado este cambio en su narrativa empresarial?

1.3. Objetivos de la investigación:

- Objetivo 1: Analizar la influencia de los valores corporativos en la narrativa empresarial de BBVA, Santander, La Caixa y Bankinter.
- Objetivo 2: Evaluar la evolución del propósito de las entidades financieras y su reflejo en la narrativa empresarial.
- Objetivo 3: Examinar la relación entre el compromiso con la sostenibilidad y la narrativa empresarial de los bancos.
- Objetivo 4: Analizar la gestión de las relaciones con los *stakeholders* y su impacto en la narrativa empresarial.
- Objetivo 5: Evaluar el impacto de la narrativa empresarial en la percepción de la sociedad y las partes interesadas.

- Objetivo 6: Comparar las similitudes y diferencias en la narrativa empresarial de los bancos seleccionados y detectar tendencias en sus enfoques.
- Objetivo 7: Identificar el impacto de la narrativa empresarial en la toma de decisiones de inversión, la percepción de los clientes y accionistas.

1.4. Elección de metodología:

Vamos a realizar este análisis empleando la metodología cualitativa. Esta elección se justifica por la necesidad de explorar en profundidad los factores subyacentes que influyen en la narrativa empresarial de los bancos BBVA, Santander, CaixaBank y Bankinter en el contexto español. Dado que el tema de estudio involucra la influencia de valores, propósito y la gestión de *stakeholders* en la narrativa empresarial, un enfoque cualitativo es ideal para capturar matices, contextos y perspectivas diversas que pueden ser difíciles de cuantificar.

He seleccionado las entidades financieras anteriores debido a que Santander, BBVA y CaixaBank son los tres bancos más grandes de España en términos de activos, de ahí su gran relevancia en la economía española. Además, son las entidades financieras relevantes del país por lo que al analizarlos podemos ver las tendencias y patrones que sigue el sector bancario español. Bankinter ha sido seleccionado para este trabajo de fin de grado porque, además de ser el quinto banco más grande en España, posee una gran reputación. Y, además, porque he realizado prácticas profesionales en Bankinter en mi último curso de carrera, por lo que me llamaba enormemente la atención analizar Bankinter y poder compararlo con el resto de los bancos seleccionados.

Para llevar a cabo este trabajo vamos a emplear distintos recursos, como las páginas webs de las entidades financieras que vamos a analizar, sus informes anuales de 2022 y de 2008 y distintos artículos académicos que encontraremos en la biblioteca online de la Universidad Pontificia Comillas, o en buscadores académicos como Google Scholar.

Queremos mencionar la dificultad encontrada en el caso de CaixaBank. Ha habido una gran dificultad la hora de buscar documentos como la memoria anual o la carta de su presidente, ya que como se explicará más adelante, en el año 2008 CaixaBank no se trataba de un banco comercial, sino de una caja de ahorros.

1.5. Marco Teórico:

1.5.1. Valores

Según el diccionario de la Real Academia Española, la palabra valor es una cualidad que poseen algunas realidades, consideradas bienes, por lo cual son estimables. (Asale, s. f.).

Desde el punto de vista filosófico, los valores son considerados como aquellas cualidades que poseen ciertas realidades, las cuales son estimadas o valoradas. (Editorial Atlante, 1941).

Dentro del mundo empresarial su definición varía ligeramente. Los valores de una empresa son los principios éticos y profesionales que evidencian su identidad. Fácilmente podríamos definirlos como la personalidad de la compañía.

Los valores de una empresa guían las decisiones y conductas. En ellos se basa su filosofía, identidad y cultura. (Da Silva, 2022).

Es importante que estos valores se encuentren en consonancia con las acciones realizadas por el individuo o, en este caso, el banco. Un punto que hace que los valores sean principales es que deben tener coherencia los valores que las entidades financieras poseen con las acciones que estas llevan a cabo.

1.5.2. Propósito:

Un propósito según la definición de la Real Academia Española de la lengua es el ánimo o intención de hacer o de no hacer algo. (Asale, s. f.-a).

Desde el punto de vista filosófico, el propósito se refiere a la intención o el ánimo por el que se realiza o se deja de realizar una acción. Es el objetivo que se pretende

alcanzar, indicando la finalidad o la meta de una acción o de un objeto. (De Enciclopedia Significados, 2014).

El propósito en el ámbito empresarial se refiere a la razón fundamental de la existencia de una empresa, es decir, por qué la empresa hace lo que hace. Es una declaración clara y concisa que explica cómo la empresa busca impactar positivamente en la sociedad y en su entorno. (Páez, 2023).

Es un elemento que proporciona una dirección y significado a las decisiones y acciones que toma una empresa. Es una declaración que estipula la razón de ser de una empresa, más allá del mero hecho de ganar beneficios. Se enfoca en qué puede hacer la organización, cómo puede hacerlo y qué diferencia marca en el mundo que esta empresa realice esa acción de cierta manera. (Páez, 2023).

1.5.3. Misión:

Misión según la definición de la Real Academia Española de la lengua es: poder, facultad que se da a alguien de ir a desempeñar algún cometido. (Asale, s. f.-a).

Desde un punto de vista filosófico, la “misión” puede entenderse como el propósito o la intención con la que se realiza una acción o se persigue un objetivo. (Sánchez Meca, 2023).

Es la razón de ser de algo o alguien, y puede referirse a la facultad o el poder que se le da a una o varias personas para realizar cierto deber o encargo. (Equipo editorial, Etecé, 2021).

Dentro del ámbito empresarial, la misión de una empresa se define como la razón principal por la cual esta existe, es decir, cuál es su propósito u objetivo y cuál es su función dentro de la sociedad. De esta manera, la misión de una empresa permite establecer la base de su plan de negocios y construir estrategias de mercado coherentes, ya que cualquier decisión para llegar a una meta futura debe tomarse a partir de esta misma. (Santander, 2023).

1.5.4. Visión:

Algunas de las definiciones de “visión” según la Real Academia Española de la lengua son: punto de vista particular sobre un tema, un asunto o Acción y efecto de ver. (Asale, s. f.-d).

La visión desde el punto de vista filosófico se puede entender como “Visión totalizadora” que plantea que el hombre no solo debe concentrarse en el estudio de las cosas, sino que también debe ahondar en las causas y consecuencias de los fenómenos que forman parte de su contexto. Esta visión abarca una serie de aspectos, como el estudio de todos los elementos que rodean al hombre, dándole su carácter universal. (lifeder, 2021).

Desde el punto de vista empresarial, la visión se refiere a dónde se dirige esta compañía y cuáles son sus metas a medio y largo plazo.

La visión permite definir el camino que se debe seguir para alcanzar las metas propuestas. Para ello, debe representar de una forma clara y realista los principios que dan una identidad a esta empresa y responder a cuestiones como: ¿qué se desea lograr?, ¿hacia dónde nos dirigimos?, ¿dónde queremos estar en un futuro? y ¿cómo lo conseguiremos? (Santander, 2023).

1.5.5. Sostenibilidad:

Según la definición de la Real Academia española de la lengua sostenible (especialmente en ecología y economía) se define como: que se puede mantener durante largo tiempo sin agotar los recursos o causar grave daño al medio ambiente. (Asale, s. f.-d).

Desde el punto de vista filosófico podemos encontrar distintas definiciones y puntos de vista. La primera definición que encontramos es la Sostenibilidad como necesidad vital: Un mundo sostenible es más que un ideal, parece ser el único mundo compatible con la vida. La sostenibilidad ya no es solo un ideal porque aspiremos a tener el mejor de los mundos posibles (visión positiva), sino porque, como prioridad, queremos vivir en un mundo habitable como contrapartida a un mundo incompatible con la

satisfacción de las necesidades más básicas para todos los habitantes del planeta (visión negativa de la sostenibilidad). (Velayos, 2008). También encontramos una visión filosófica sobre sostenible: “aquel desarrollo que satisface las necesidades del presente sin comprometer la capacidad de las generaciones futuras para satisfacer sus propias necesidades”. (Férrandez, 2004).

Dentro del ámbito empresarial la sostenibilidad se basa en el principio de asegurar las necesidades del presente sin comprometer las necesidades de las generaciones futuras, siempre sin renunciar a la protección del medioambiente, el crecimiento económico y el desarrollo social. (BBVA, 2023).

1.5.6. Estrategia:

Según la Real Academia de la lengua, la definición de estrategia en un proceso regulable

es: conjunto de las reglas que buscan una decisión óptima en cada momento. (Asale, s. f.-d).

En el sentido filosófico la palabra “estrategia” deriva del griego “strategos”, que significa general. Literalmente, la estrategia significaba el arte del general. (diez & Martín, 1992). En este sentido, la estrategia se refiere a la habilidad para dirigir y guiar, especialmente en el contexto de operaciones militares. (Pupo, 2021).

En el ámbito de las empresas, una estrategia empresarial es una metodología que busca alcanzar un objetivo por medio de un plan de acción que se descompone en objetivos estratégicos para cada área funcional de la organización.

La forma que tienen las empresas para alcanzar sus objetivos se denomina estrategia empresarial y es una especie de carta de navegación. Esta carta o mapa es para un periodo en el cual se delimita el foco de acción y los pilares que lo harán posible. (Nirian, 2021).

1.5.7. Stakeholders:

En español también llamados grupos de interés o interesados.

La definición de interesados según la Real Academia de la Lengua Española es: (Dicho de una persona) Que ostenta un interés legítimo en un procedimiento administrativo y, por ello, está legitimada para intervenir en él. (Asale, s. f.-d).

Desde un punto de vista más filosófico, la teoría de los *stakeholders* sostiene que el empresario o directivo crea valor capturando el carácter conjunto de los intereses de los *stakeholders*. En otras palabras, la empresa no solo busca maximizar el beneficio para sus propietarios, sino que también tiene en cuenta los intereses de otros *stakeholders* para crear valor. (Argandoña, 2011).

Desde un punto de vista empresarial los *stakeholders* pueden ser definidos como: (los grupos de interés) son grupos de personas dentro de una empresa que tienen objetivos propios (accionistas, empleados, directivos, etc), de manera que la consecución de estos está vinculada con la actuación de la empresa. En inglés se conocen como «*stakeholders*». (Ucha, 2022).

Según el libro *Strategic Management: A Stakeholder Approach* de Ed. Freeman (Cambridge University Press, 1984), los stakeholders es cualquier grupo o individuo que se vea afectado por o pueda afectar el logro de los objetivos de una organización.

1.5.8. Narrativa empresarial:

Para definir este concepto hemos acudido a la Real Academia Española de la lengua para definir las dos palabras que conforman este concepto. Comenzamos por narrativa que es la habilidad o destreza en narrar o en contar algo. (Asale, s. f.-d). La segunda, empresarial, dice ser: perteneciente o relativo a las empresas o a los empresarios. (Asale, s. f.-d).

Desde un punto de vista más filosófico, la narrativa empresarial es una aplicación del arte de contar historias, conocido como “*storytelling*”, al discurso de una empresa. No se trata solo de contar historias, sino también de crearlas. (Rey, 2020).

Desde el punto de vista empresarial esta narrativa, básicamente, consiste en contar adecuadamente, de manera persuasiva y excelente, las historias que definen a la empresa. Valores, objetivos, actividades y memorias, productos o servicios, comunicaciones externas e internas cobran forma y se transmiten a través de textos. La narrativa empresarial define a la empresa ante el exterior y da coherencia y sentido a los equipos propios. (Almuzara, 2022).

La narrativa empresarial puede tener varias utilidades. Puede servir para contar la historia de la empresa, un hecho destacado de la misma, o la especial actuación del equipo fundacional o de alguno de sus profesionales. Mediante la narración de una historia, la empresa puede transmitir cuáles son sus auténticos valores, cuál es su Misión y su Visión, expresados de manera más clara que redactando los textos fríos e impersonales que suelen poblar las webs institucionales, los folletos publicitarios o las memorias anuales. (Rey, 2020b).

2. Desarrollo

2.1. Evolución de la narrativa empresarial

La nueva narrativa empresarial es un concepto que ha ganado relevancia en las últimas décadas. Esta nueva narrativa ha cambiado significativamente la forma en la que las empresas se relacionan con sus *stakeholders*.

Anteriormente, el foco de las empresas se centraba únicamente en los resultados financieros y en contentar a los accionistas de la empresa. Actualmente, con esta nueva narrativa empresarial las empresas le otorgan gran importancia también a los valores, los propósitos, los stakeholders y la sostenibilidad. En esta nueva corriente se va más allá de la rentabilidad y se intenta pensar una estrategia más completa, que abarque más ámbitos aparte de los beneficios económicos y que llegue a todas las partes interesadas de la empresa para obtener resultados a largo plazo.

Actualmente los bancos españoles han incluido esta nueva narrativa en su estrategia empresarial y en las últimas dos décadas hemos podido notar esta transformación.

Por un lado, han cambiado enormemente la manera de comunicar su identidad corporativa. Previamente, el foco se centraba únicamente en la estabilidad financiera y la eficacia operativa de cada banco. Sin embargo, actualmente, todos han incluido en su estrategia su identidad, y destacan enormemente sus valores, propósitos, misión y visión y sostenibilidad.

Es por ello que podemos confirmar que el relato corporativo ha evolucionado enormemente, convirtiéndose en una narrativa mucho más completa y comprometida.

En el caso de los bancos españoles podemos observar la integración de elementos como el propósito más allá de la rentabilidad financiera, la promoción de valores éticos, el compromiso con la sostenibilidad ambiental y social, así como una atención más enfocada en las partes interesadas, reconociendo la importancia de empleados, clientes, comunidades y otros *stakeholders* importantes.

Este cambio ha resultado en estrategias de comunicación más abiertas y transparentes en las que los bancos no solo informan sobre sus productos y servicios, sino que también cuentan historias sobre cómo ayudan a la sociedad a superar desafíos globales y mejorar el bienestar de la sociedad. La narrativa empresarial ha cambiado hacia un enfoque más auténtico y humano, reconociendo la importancia de establecer relaciones sólidas y duraderas con los diversos públicos a los que sirven.

2.2. Importancia de los valores y el propósito en la empresa:

Los valores y el propósito se han convertido en puntos principales en una empresa. Ambos conceptos guían las tomas de decisiones que se llevan a cabo en la empresa, ya que todas deben ir acorde con los valores y el propósito. Al guiar estas decisiones con el propósito y los valores, nos aseguramos de que estas decisiones están alineadas con la identidad y los objetivos de la empresa.

Estos dos conceptos ayudan enormemente a definir la identidad corporativa de la empresa. Ambos contribuyen a definir su personalidad y principios y permite a los *stakeholders*, tanto internos como externos, entender qué es lo que quiere conseguir la

empresa y de qué forma quieren hacerlo. Además, los valores y el propósito de la empresa contribuyen al éxito de las organizaciones al proporcionar una dirección clara y coherente tanto para la empresa como para sus empleados.

Asimismo, estos dos conceptos ayudan a diferenciarse de la competencia y del resto de bancos. Las empresas pueden destacar por sus valores y principios únicos y atraer de esta manera a clientes, ya que tanto los valores como el propósito dan identidad y credibilidad a las entidades financieras.

2.3. Importancia de los *stakeholders*:

Los *stakeholders* son partes fundamentales para el éxito de las organizaciones. Se les comenzó a dar importancia gracias a el libro “*A Stakeholder Approach*” de Edward Freeman.

En la década de 1980 comenzó a haber un gran número de cambios y los marcos tradicionales de estrategias no eran capaces de desarrollar nuevas estrategias, ni a entender cómo podían crear oportunidades nuevas que se adaptasen a ese cambio y a las nuevas corrientes ambientales. Es por ello que este enfoque pretendía ampliar el concepto de gestión estratégica más allá de los resultados económicos, e incluir a más partes interesadas, a parte de los accionistas, en el centro de las decisiones estratégicas del banco. Con estos nuevos enfoques querían garantizar el éxito de las empresas a largo plazo. Su propósito era crear métodos para gestionar los grupos de interés y sus relaciones de manera estratégica.

Algunos de los *stakeholders* más importantes para los bancos son los siguientes:

En primer lugar, encontramos a los accionistas ya que son los propietarios de la entidad y buscan obtener beneficios. Es por ello por lo que los bancos tienen en cuenta a los accionistas en su toma de decisiones porque quieren que aumenten el valor de las acciones. La visión clásica de la empresa ponía en el centro a los accionistas y no tenía en cuenta al resto de las partes interesadas a la hora de elaborar su estrategia.

También son partes interesadas de las decisiones del banco los clientes, ya que su satisfacción con el banco es de lo que depende su permanencia en el banco. Además, otra parte muy importante del negocio bancario es la de poder captar a nuevos clientes. Su satisfacción impacta directamente en los ingresos y la reputación del banco y es una parte esencial en la que se debe centrar la estrategia del banco. Los clientes de un banco pueden ser los clientes individuales, las empresas o los inversores.

En tercer lugar, otra de las partes interesadas fundamentales son los empleados. En su trabajo radica el éxito de la organización ya que su motivación, implicación y esfuerzo llevan a los bancos al siguiente nivel. Conseguir empleados comprometidos con la entidad y motivados se refleja directamente en la experiencia de los clientes y en la calidad del servicio. Tener empleados competentes y motivados debe ser también una parte fundamental de la estrategia de los bancos.

Los reguladores y las entidades supervisoras también son partes importantes a tener en cuenta, ya que buscan garantizar la estabilidad y la integridad del sistema financiero. Se les debe tener en cuenta a la hora de las decisiones, ya que se deben respetar sus normas para evitar sanciones y continuar teniendo la confianza del público y los inversores. Estos reguladores y entidades supervisoras en el caso de los bancos españoles que estamos analizando son el Banco Central Europeo y el Banco de España.

Por otra parte, se debe tener en cuenta a los proveedores que suministran bienes y servicios esenciales para las operaciones del banco. Estos podrían ser por ejemplos las empresas de seguridad o de tecnología. Son importantes ya que ofrecen recursos necesarios, la calidad del servicio ofrecido por el banco depende de ellos y la innovación que puede emplear el banco como ventaja competitiva también depende de sus servicios. De cara a la estrategia es importante incluirles, ya que una relación larga y duradera con tus proveedores te puede ofrecer mejores precios, haciendo más competitivo a un banco.

También es importante tener en cuenta a la comunidad local donde se encuentre el banco, ya que éstos tienen un impacto social y económico donde operan. Por ejemplo,

proporcionando empleo y contribuyendo al desarrollo económico con la financiación de empresas y proyectos locales. Las entidades financieras deben incluir a la comunidad en su estrategia, ya que tener la confianza de los ciudadanos en las localidades donde operan y una buena reputación es muy importante ya que, cuanto mejor sea la relación con esta comunidad, mayor será la confianza de la comunidad en los bancos.

Igualmente, los gobiernos son partes interesadas que los bancos deben tener en cuenta a la hora de tomar sus decisiones. Las políticas del gobierno afectan directamente a la economía y por ello son muy relevantes para los bancos.

Asimismo, cada entidad bancaria debe tener en cuenta al resto de entidades bancarias, a sus competidores, a la hora de elaborar las estrategias que van a diferenciarles en el mercado. El mercado es muy competitivo y, por ello, es por lo que las acciones de un banco afectan directamente a las de sus competidores. Por ejemplo, el precio al que ofrece un banco las hipotecas afecta directamente al resto, ya que los clientes suelen preguntar en distintas entidades comparando precios en ambas y eligiendo la que mejor precio les ofrece.

También se debe tener en cuenta a los inversionistas institucionales como pueden ser los fondos de inversión o las compañías de seguros. Éstos, al igual que los accionistas, poseen un interés financiero en el rendimiento del banco. Son importantes para la estrategia de un banco ya que su satisfacción impacta a la estabilidad y la percepción del banco en el mercado financiero.

La opinión que los medios de comunicación poseen sobre el banco también es muy relevante para éstos. La cobertura mediática sobre el banco influye enormemente en la percepción pública y la reputación de la entidad financiera. Es por ello por lo que se debe tener una buena relación con los medios y se debe gestionar la comunicación si se quiere mantener una buena imagen de la entidad. Muchos bancos tienen un departamento específico que gestiona las relaciones con los medios de comunicación, ya que son muy importantes de cara a la imagen exterior que ofrecen dichos bancos.

También debemos incluir en el círculo de los *stakeholders* de los bancos a los grupos de interés social, como pueden ser las ONGs, ya que, especialmente en la actualidad, las practicas sostenibles y seguir la responsabilidad social corporativa son aspectos muy importantes.

2.4. Importancia de la sostenibilidad:

La sostenibilidad ha ganado una gran importancia en los últimos años, especialmente tras ver los efectos que el cambio climático y el calentamiento global están teniendo en nuestro planeta. Asimismo, estamos comprobando lo importante que es que comencemos a cuidar del medio ambiente para mitigar los efectos negativos sobre éste producidos por la humanidad.

Las entidades financieras son cada vez más conscientes del impacto que tienen en el medio ambiente. Al adoptar medidas sostenibles demuestran su compromiso con la sostenibilidad y la responsabilidad social corporativa. Esto ayuda a mejorar su imagen de cara a los clientes e inversores. La sostenibilidad es de gran importancia para las entidades bancarias ya que éstas son motores principales de la economía y juegan un papel indispensable en la transición hacia una economía sostenible. Es su responsabilidad incluir la sostenibilidad en su estrategia, y ofrecer a sus clientes opciones de financiación que contribuyan al desarrollo medioambiental y social.

También es de gran importancia ofrecer soluciones sostenibles a los bancos para ayudarles a gestionar los riesgos asociados con el cambio climático y desafíos medioambientales. Al financiar proyectos sostenibles, los bancos pueden mitigar los riesgos y promover la estabilidad económica a largo plazo. Además, estas opciones sostenibles constituyen oportunidades de negocio, al desarrollar productos financieros sostenibles. Por ejemplo, ofreciendo bonos verdes o mejores condiciones hipotecarias, los bancos satisfacen la demanda de sus clientes preocupados por la sostenibilidad.

También es de gran importancia de cara a la estrategia ya que, al adoptar prácticas sostenibles, las entidades financieras pueden transformarse, consiguiendo con ello mejorar en innovación y eficiencia. Integrando en su estrategia tecnologías más avanzadas y empleando energías sostenibles puede traducirse en mejoras para la entidad y ahorros en costes a largo plazo.

2.5. Importancia de la Estrategia:

La estrategia es una parte fundamental en las empresas para que éstas puedan conseguir un desempeño superior. La estrategia implica realizar actividades diferentes a las de los rivales o realizar actividades similares de manera diferente. (Porter, 2021).

Además, la estrategia puede servir a las empresas para tener un mejor desempeño que sus rivales estableciendo una diferenciación. Es por ello por lo que debe entregar mayor valor a los clientes o crear un valor comparable a menor costo, o ambas cosas. Igualmente, la estrategia ayuda a las empresas a evitar la competencia destructiva y a buscar una ventaja competitiva única. Como dice Porter, muchas empresas se han visto frustradas al no ser capaces de convertir las mejoras operacionales en una rentabilidad sustentable. Asimismo, la estrategia ayuda a las empresas a conseguir un posicionamiento estratégico, creando una posición única y valiosa para las empresas. Este posicionamiento estratégico surge del valor, la rareza, la inimitabilidad y la no sustituibilidad de las actividades de la empresa.

En el caso de los bancos españoles, el poseer una buena estrategia es fundamental para poseer una eficacia operacional, en la que los bancos realizan actividades similares a las de sus competidores, pero de manera superior. Esto se puede ejemplificar con la mejora de la eficacia con una mayor digitalización, por ejemplo, mejorando la banca *online* y las aplicaciones móviles. De cara a las estrategias, pueden implementar las que les ayuden a diferenciarse del resto de competidores como puede ser los servicios personalizados. Un ejemplo de esta estrategia podría ser el programa Bankinter Partner.

También se deben diferenciar de sus competidores con productos o servicios únicos. Por ejemplo, la mayoría de los bancos tienen cuentas nóminas, pero hay algunos que lo hacen de manera superior captando más a sus clientes ofreciendo ventajas adicionales al domiciliar la nómina con ellos. Esto sería un ejemplo de diferenciación del resto de bancos con sus productos.

También deben incluir una ventaja competitiva en su estrategia como puede ser a través de la innovación desarrollando nuevos productos y servicios financieros. Adicionalmente deben tener en cuenta el posicionamiento estratégico que pueden realizar, por ejemplo, posicionarse como el banco de referencia de un mercado específico en servicios de inversión para clientes de alto patrimonio.

2.6. Análisis de los distintos bancos:

Para poder analizar la narrativa empresarial de cada una de las entidades financieras estudiadas y conocer más a fondo su cultura corporativa, vamos a analizar elementos tan importantes como sus propósitos empresariales, sus valores, su misión y su visión.

2.6.1. BBVA:



Ilustración 1-Logo BBVA

FUENTE: BBVA

En primer lugar, el propósito del banco BBVA, como aparece en su memoria anual, es un compromiso con la integración de los criterios medioambientales, sociales y de gobierno en todo el Grupo, tanto en su estrategia como en su cultura. El objetivo de la entidad financiera es alcanzar cero emisiones netas de carbono en 2050, apoyando la transición

de todos sus clientes a una economía con bajas emisiones de carbono, al tiempo que impulsan un crecimiento inclusivo y sostenible.

Los valores corporativos de BBVA son los que guían las decisiones de la entidad financiera, y son los siguientes: “El cliente es lo primero”, “Pensamos en grande” y “Somos un solo equipo”.

Su misión como entidad se centra en proporcionar soluciones financieras innovadoras que mejoren la vida de las personas y fomenten el progreso económico. La entidad busca ir más allá de ser simplemente un banco, aspirando a ser un facilitador de oportunidades que contribuya al bienestar de individuos y comunidades

Por último, la visión de BBVA se proyecta hacia un futuro donde la tecnología y la innovación financiera sean pilares fundamentales para brindar experiencias bancarias eficientes y accesibles. La entidad aspira a liderar la transformación digital en el sector financiero, anticipando las necesidades emergentes de sus clientes y adaptándose constantemente a un entorno en evolución.

2.6.2. Santander:



Ilustración 2- Logo Santander

FUENTE: BANCO SANTANDER

The Santander Way



Ilustración 3- The Santander Way

FUENTE: MEMORIA ANUAL 2022 BANCO SANTANDER

Como podemos observar en la imagen importada de la memoria anual de 2022 del banco Santander, el “*Santander Way*” está compuesto de su misión, visión, y valores.

En primer lugar, el propósito de Santander es facilitar la prosperidad tanto de individuos como de empresas. Sus valores, reflejados en su forma de hacer las cosas, son: Sencillo, Personal y Justo. La misión de Santander es

contribuir al avance y desarrollo tanto de las personas como de las empresas, promoviendo su progreso.

Por último, su visión se enfoca en convertirse en la mejor plataforma abierta de servicios financieros, destacando por su responsabilidad y ganándose la confianza de empleados, clientes, accionistas y la sociedad en general.

2.6.3. CaixaBank:



Ilustración 4-Logo CaixaBank

FUENTE: CAIXABANK

En primer lugar, el propósito de CaixaBank es estar cerca de las personas y de la sociedad, formar parte de sus vidas, sus territorios, comprender su realidad y atender sus necesidades financieras. Como entidad financiera, asume la responsabilidad de construir relaciones basadas en la confianza con las personas, facilitándoles la toma de decisiones adecuadas que promuevan tanto su bienestar individual como el de la sociedad en su conjunto, de manera sostenible.

Los valores que guían la actuación de CaixaBank están profundamente arraigados en su cultura organizativa, la cual coloca a las personas en el centro de sus acciones y considera a todos los grupos de interés, tanto internos como externos. Estos valores son la calidad, la confianza y el compromiso social.

La misión de CaixaBank es contribuir al bienestar financiero de sus clientes y al progreso de la sociedad en su conjunto. Por último, su visión

como entidad financiera es estar cerca de las personas para todo lo que importa.

2.6.4. Bankinter:



Ilustración 5- Logo Bankinter

FUENTE: BANKINTER

En primer lugar, el propósito de Bankinter es contribuir al desarrollo sostenible, inclusivo y saludable, fundamentándose en tres pilares estratégicos de la entidad: calidad, innovación y tecnología.

Los valores que orientan el comportamiento del banco son la agilidad, el entusiasmo, la integridad y la originalidad. Estos valores reflejan su compromiso con la resolución rápida y eficaz de problemas, la innovación con energía y espíritu de superación, la actuación honesta y responsable, y la búsqueda de la singularidad y la creatividad en todas sus acciones, pensando y actuando de manera diferente.

La misión de Bankinter es ser excepcionales a diario. Esto les ha permitido posicionarse como el banco pionero de referencia en España. A lo largo de su historia han liderado la introducción de innovaciones en el sector financiero español, como la banca por Internet, la banca móvil y el uso de mensajes de texto para confirmar pagos con tarjeta. Por último, su visión también se centra en ser excepcionales a diario.

2.7. Sostenibilidad en los bancos españoles:

Como hemos mencionado antes, la sostenibilidad tiene un papel fundamental en la transición ecológica que las entidades financieras están realizando. Las políticas de financiación e inversión de los bancos son decisivas, ya que ayudan en la puesta en marcha de proyectos que ayuden a la transición ecológica y destinen su capital hacia iniciativas que contribuyan hacia la descarbonización de la economía. (BBVA Spark, 2022).

Igualmente, la introducción de la sostenibilidad en los bancos españoles puede ayudar a las entidades financieras a mejorar su administración de cara a una mejor gestión, más eficiente y responsable. Algunas de estas políticas pueden ser la medición de riesgos sociales y medioambientales que afectan a las entidades financieras, ayudas para financiación de energías renovables o proyectos de eficacia energética y la medición de la huella de carbono. (BBVA Spark, 2022). Además, la sostenibilidad también es una parte fundamental en la que deben centrarse los bancos para gestionar los riesgos que conlleva. Estos riesgos son conocidos como riesgos ambientales sociales y de gobernanza (ESG). (BBVA Spark, 2022).

Asimismo, al añadir la sostenibilidad a su estrategia, las entidades financieras tienen un impacto sostenible en la sociedad y el medio ambiente. Esto permite a los bancos mejorar su reputación y generar mayor confianza en sus *stakeholders*. Por otro lado, los bancos que se adhieren a los principios de banca responsable de las Naciones Unidas deben adaptar sus diferentes áreas de negocios a los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) de la ONU. Estos principios proporcionan un marco para la creación de una industria bancaria sostenible. (Asociación Española de Banca, s. f.). Estos principios son: alineamiento, impacto y fijación de objetivos, clientes y usuarios, partes interesadas, gobernanza y cultura, y transparencia y responsabilidad. (UNEP FI, 2019).

2.7.1. Productos y prácticas sostenibles financieras:

En los últimos años con el cambio de la narrativa empresarial y la inclusión en la estrategia de la ética, los valores, los *stakeholders* y la sostenibilidad, han aparecido nuevos productos y prácticas que demuestran esta nueva narrativa empresarial. Los bancos ofrecen estos productos debido a la demanda del mercado, ya que la demanda de productos bancarios sostenibles supera con creces la oferta.

Algunos de estos productos son los siguientes:

- Bonos verdes: es cualquier tipo de bono cuyos fondos se destinan exclusivamente a financiar o refinanciar, en parte o en su totalidad, proyectos verdes elegibles, ya sean nuevos y/o existentes. (BBVA Communications, 2023). Estos bonos deben seguir los Green Bond Principles (GBP), y para ser considerados como tal, sus fondos se deben destinar a una o varias de estas categorías: energías renovables, eficiencia energética, prevención y control de contaminación, agricultura sostenible, conservación de la biodiversidad terrestre y acuática, transporte limpio, gestión sostenible del agua, adaptación al cambio climático, productos adaptados a la economía circular o edificios ecológicos.
- Tarjetas sostenibles: se trata de tarjetas bancarias fabricadas con materiales sostenibles como, por ejemplo, PVC reciclado. Además, también encontramos entidades financieras como el Banco Santander que le dan una nueva vida y un nuevo uso a las tarjetas caducadas al reciclarlas para emplearlas como mobiliario urbano. (Santander, n.d.).
- Cuentas bancarias verdes: Para aquellos que quieren equilibrar sus finanzas con sus valores ambientales, hay cuentas corrientes o de ahorro que ofrecen beneficios especiales. Estas cuentas suelen ofrecer tasas de interés preferenciales, exención de comisiones o donaciones a proyectos sostenibles con cada transacción realizada.

- Hipotecas verdes: como define Ángel Moreno Inocencio, profesor de la Facultad de Comunicación y Empresa de la Universidad Internacional de La Rioja (UNIR) “Una hipoteca verde es un préstamo hipotecario que premia al cliente de un banco que quiere una vivienda sostenible, comprándola ya hecha, construyéndola, reformándola o renovándola”.
- Prestamos de eficiencia energética: este tipo de préstamo se ofrece para realizar reformas en los hogares y comprar equipamiento destinado a ahorrar energía, ayudando a consumir de forma responsable y a reducir la huella de carbono. (BBVA, 2024). Las categorías a las que hace referencia estos tipos de préstamos son:
 - Iluminación: incorporando tecnologías LED.
 - Calefacción y agua caliente: con las dos clases superiores de eficiencia energética (clase A+++ y clase A++).
 - Control y automatización: por ejemplo, para la iluminación o la climatización.
 - Aislamiento.
 - Electrodomésticos: con las dos clases superiores de eficiencia energética (clase A+++ y clase A++).
 - Movilidad: para compras relacionadas con vehículos más ecológicos.
 - Paneles solares.
- Instalación de placas solares: instalación de paneles solares para generar energía renovable.
- Fondos de inversión sostenibles: vehículos de inversión que buscan generar rendimientos financieros al mismo tiempo que consideran los impactos ambientales, sociales y de gobierno corporativo (ESG) de las empresas en las que invierten. (*Fondos De Inversión Sostenibles: Un Enfoque Para Un Futuro Responsable*, n.d.). El objetivo principal de los fondos de inversión sostenibles es identificar y respaldar empresas que operan de manera sostenible y ética, promoviendo prácticas

comerciales responsables y la resolución de problemas globales. Al invertir en estos fondos, los inversores buscan alinear sus carteras con sus valores personales y contribuir a un mundo más sostenible. (*Fondos De Inversión Sostenibles: Un Enfoque Para Un Futuro Responsable*, n.d.).

- Planes de pensiones sostenibles: se trata de un producto de inversión sostenible, en los que se invierte en activos que cumplan los criterios ESG. Al tratarse de un producto de inversión sostenible tienen el mismo objetivo que los fondos de inversión sostenibles, buscan generar rendimientos para la jubilación del inversor al mismo tiempo que tienen un impacto positivo en la sociedad y el medio ambiente. Funcionan como un plan de pensiones tradicional, pero se diferencian en que la selección de los activos que se incluyan en la cartera tiene un filtro adicional, cumplir los criterios medioambientales, sociales y de gobierno corporativo. (Openbank, 2023).

2.7.2. Cómo medir el impacto de la sostenibilidad en las entidades financieras

A pesar de los numerosos desafíos a los que se ha enfrentado la medición del impacto sostenible, actualmente hay una variedad que va en aumento de opciones disponibles que permiten evaluar la situación de la cartera de préstamos e inversiones de una entidad financiera en relación con el objetivo de descarbonización establecido. (Consejo Académico de Finanzas Sostenibles, 2020).

La huella de carbono se puede definir como la representación de la cantidad de gases de efecto invernadero (GEI) emitidos a la atmósfera derivados de las actividades de producción o consumo de bienes y servicios (Pandey et al., 2010; Wiedmann, 2009).

Se trata de una de las herramientas más importantes para cuantificar las emisiones de los gases de efecto invernadero y su cálculo es muy relevante

realizarlo también sobre cada una de las entidades financieras. Encontramos distintos tipos de emisiones según su naturaleza:

- Emisiones directas o de alcance 1: se trata de los gases emitidos directamente a través de la combustión en maquinaria, hornos, vehículos o calderas, que estén bajo la propiedad o control de la entidad. (Santander, 2023). También se tienen en cuenta las emisiones fugitivas, es decir, aquellas producidas por fugas en los sistemas de calefacción, aires acondicionados o averías. (Santander, 2023).
- Emisiones indirectas o de alcance 2: los gases emitidos mayoritariamente a través del consumo de energía comprada a un tercero y consumida por la entidad durante el desarrollo de su actividad. (Santander, 2023).
- Otras emisiones indirectas o de alcance 3: los gases emitidos en actividades realizadas por terceros y que guardan relación con la entidad, pero no forman parte de su propiedad ni de su control, como puede ser el transporte de sus profesionales o la cadena logística de los insumos que utiliza, entre otros. (Santander, 2023).

Como informa el Banco Central Europeo, uno de cada cinco bancos ya utiliza indicadores relacionados con el clima como parte de una estrategia financiera sostenible más amplia. (Consejo Académico de Finanzas Sostenibles, 2020). Entre estos indicadores podemos encontrar algunos como: los límites para la intensidad de carbono total (gCO₂ / kWh) o la huella de la cartera por dióxido de carbono (CO₂). Ambos se tratan de volúmenes objetivo para las finanzas vinculadas a elementos verdes o sociales. (Consejo Académico de Finanzas Sostenibles, 2020).

Encontramos distintas metodologías para poder medir el impacto que tienen las entidades financieras en la sostenibilidad. Dentro de las metodologías de apoyo al alineamiento de las carteras con los objetivos del Acuerdo de París

podemos encontrar tres tipos de metodologías con distintas herramientas de cálculo cada una:

- Herramientas vinculadas al cálculo de los Gases de Efecto Invernadero emitidos: encontramos herramientas para el cálculo de emisiones de GEI realizadas sobre las que ponderar la exposición de la cartera. Para ello utilizan distintas herramientas:
 - GHG Protocol - SCOPE-3 Evaluator: Esta herramienta de cálculo, la cual está diseñada para reducir las dificultades que tiene la medición de la huella de carbono en una cartera financiera. En específico esta herramienta calcula la huella de carbono de las entidades financieras en su denominado Alcance 3. Incluye un método para calcular las emisiones de Gases de Efecto Invernadero (GEI) para cada una de las 15 categorías de emisiones de Alcance 3 (como bienes y servicios comprados, transporte y distribución y uso de productos vendidos. (Consejo Académico de Finanzas Sostenibles, 2020).
 - P9XCA: esta metodología tiene como objetivo que las entidades financieras estimen la magnitud de la huella de carbono financiada en toda la entidad. (Consejo Académico de Finanzas Sostenibles, 2020).
 - Partnership for Carbon Accounting Financials (PCAF): se trata de una asociación de instituciones financieras globales que trabajan juntas para desarrollar e implementar un enfoque armonizado para evaluar y divulgar las emisiones de gases de efecto invernadero asociados con sus préstamos e inversiones. (Consejo Académico de Finanzas Sostenibles, 2020). Es una metodología global para la medición y la gestión de las emisiones GEI en las carteras de préstamos e inversiones.

- Herramientas vinculadas a la tecnología financiada: identificación de las tecnologías que se financian y su encaje en escenarios futuros de descarbonización. Algunas de estas herramientas son:
 - Iniciativa Transition Pathway: se trata de una herramienta especialmente dirigida hacia inversores y gestores de activos. Permite evaluar el nivel de preparación de las empresas para enfrentarse a la transición a una economía baja en carbono. (Consejo Académico de Finanzas Sostenibles, 2020). Se fija en requisitos como la calidad de la gestión de las empresas de sus emisiones de gases de efecto invernadero y de los riesgos y oportunidades relacionados con la transición a bajas emisiones de carbono. También se fija en el rendimiento de carbono. Es decir, el desempeño de las empresas se relaciona a sus emisiones ahora y en el futuro de forma que pueda compararse con los objetivos internacionales y los compromisos nacionales asumidos como parte del Acuerdo de París. (Consejo Académico de Finanzas Sostenibles, 2020).
 - Paris Agreement Capital Transition Assessment (PACTA): PACTA utiliza una amplia base de datos financiera sobre el clima para consolidar información global sobre activos potenciales, incluso a nivel de la empresa matriz. (Consejo Académico de Finanzas Sostenibles, 2020). Posteriormente, genera un informe adaptado que permite a los inversionistas evaluar cómo se alinean sus carteras en general con diversos escenarios climáticos y con los objetivos del Acuerdo de París. (Consejo Académico de Finanzas Sostenibles, 2020).
 - Science Based Targets for Finance: esta herramienta ayuda a las instituciones financieras a alinear sus inversiones con los objetivos del Acuerdo de París. Proporciona un marco para establecer metas que vinculan los compromisos corporativos con la reducción de la temperatura global. (Consejo

Académico de Finanzas Sostenibles, 2020). Esta metodología se aplica a cuatro tipos de activos financieros (hipotecas residenciales, activos inmobiliarios, financiación de proyectos de generación de electricidad, e instrumentos corporativos (deuda y capital)) y ayuda a evaluar la alineación de las inversiones con la reducción de emisiones de gases de efecto invernadero (GEI), facilitando la toma de decisiones de inversión sostenible. (Consejo Académico de Finanzas Sostenibles, 2020).

- Herramientas vinculadas al análisis multicriterio: definición de elementos sobre los que ponderar la exposición de la cartera. Algunas de estas herramientas pueden ser el Climate Value at Risk (CVaR), o Poseidon Principles.

También encontramos otras maneras de medir la sostenibilidad en los bancos, mediante los índices de sostenibilidad. Algunos de dichos índices más reconocidos a nivel internacional son los siguientes:

- Dow Jones Sustainability Index (DJSI): se trata de un índice creado por S&P Dow Jones Indices y RobecoSAM. El DJSI es un índice que evalúa el desempeño financiero, ambiental y social de las empresas líderes en sostenibilidad a nivel mundial. Este índice comprende a los líderes mundiales en sostenibilidad identificados por S&P Global a través de la Evaluación de Sostenibilidad Corporativa (CSA). (Dow Jones Sustainability World Index, n.d.). Representa el 10% superior de las 2.500 empresas más grandes en el S&P Global BMI basado en criterios económicos, ambientales y sociales a largo plazo. (Dow Jones Sustainability World Index, n.d.). Se divide en dos subíndices: DJSI World y DJSI Europe. Sus criterios para medir la sostenibilidad en las distintas empresas incluyen aspectos ambientales, sociales y de gobierno corporativo (ESG), como la gestión ambiental, las prácticas laborales, la responsabilidad social corporativa y la transparencia en la divulgación de información.

- FTSE4Good Index Series: se trata de un índice creado por FTSEEnRussell. Es un conjunto de índices de sostenibilidad que identifica empresas que cumplen con los estándares ESG y mide su rendimiento. (FTSE4Good Index Series, 2024). Sus criterios para medir la sostenibilidad en las distintas empresas incluyen la sostenibilidad basada en principios ambientales, sociales y de gobierno corporativo (ESG), incluyendo políticas y prácticas relacionadas con el cambio climático, los derechos humanos, la igualdad de género y la ética empresarial.
- MSCI ESG Ratings: se trata de un índice creado por MSCI. Es una evaluación del desempeño en sostenibilidad de empresas y activos financieros. Sus criterios para medir la sostenibilidad en las distintas empresas incluyen una amplia gama de factores ESG para evaluar la sostenibilidad, incluyendo la gestión de riesgos ambientales, prácticas laborales, ética empresarial, estructura de gobierno corporativo y transparencia en la divulgación de información. MSCI tiene una herramienta para medir cómo puntúa una empresa en estos criterios ESG. Las empresas se califican en una escala de AAA-CCC en relación con los estándares y el desempeño de sus pares de la industria.
- Sustainalytics ESG Risk Ratings: se trata de un índice creado por Sustainalytics. Proporciona evaluaciones de riesgo ambiental, social y de gobierno corporativo para empresas y activos financieros. Sus criterios para medir la sostenibilidad en las distintas empresas incluyen la evaluación de los riesgos ESG en áreas como la gestión ambiental, relaciones laborales, derechos humanos, políticas anticorrupción y compromiso con la comunidad. Las empresas se clasifican en una escala de 0 a 100.
- S&P Global ESG Scores: se trata de un índice creado por S&P Global. Scores son una evaluación del desempeño en sostenibilidad de empresas y activos financieros, proporcionados por la agencia de calificación crediticia S&P Global. Sus criterios para medir la sostenibilidad en las distintas empresas incluyen un análisis de factores ambientales, sociales y de gobierno corporativo para evaluar la sostenibilidad, incluyendo prácticas de gestión ambiental, relaciones con los empleados, diversidad en la junta directiva y transparencia en la divulgación de información. Las empresas se clasifican en una escala de 0 a 100.

- RepRisk ESG Risk Management Platform: se trata de un índice creado por RepRisk. Este índice utiliza IA y aprendizaje automático avanzado junto con inteligencia humana para identificar riesgos ESG materiales en empresas, activos reales y países. (RepRisk | RepRisk Methodology Overview, n.d.). Sus criterios para medir la sostenibilidad en las distintas empresas incluyen la evaluación de una amplia gama de riesgos ESG, incluyendo controversias ambientales, violaciones de los derechos humanos, conflictos laborales y problemas de gobierno corporativo. La detección identifica y evalúa el riesgo en 101 factores de riesgo ESG que se asignan a normas y marcos internacionales. (RepRisk | RepRisk Methodology Overview, n.d.).
- CDP Climate Change Questionnaire: se trata de un índice creado por CDP, que proporciona acceso controlado a un conjunto de datos que contiene microdatos de indicadores de sostenibilidad (ESG - Environment, Social and Governance) recabados de los informes de sostenibilidad y Estados de Información No Financiera presentados por los grupos no financieros españoles, utilizando para ello los estándares internacionales de referencia. (Climate Change - CDP, n.d.). Evalúa a las empresas en base a su desempeño en la gestión del cambio climático y estas empresas se clasifican en una escala de A a D. Sus criterios para medir la sostenibilidad en las distintas empresas incluyen la evaluación de la gestión de riesgos climáticos, la reducción de emisiones de gases de efecto invernadero, la adaptación al cambio climático y la transparencia en la divulgación de información relacionada con el clima.
- RobecoSAM Corporate Sustainability Assessment: se trata de un índice creado por RobecoSAM. Han desarrollado esta base de datos que contiene microdatos de indicadores de sostenibilidad (ESG - Environment, Social and Governance) recabados de los informes de sostenibilidad y Estados de Información No Financiera presentados por los grupos no financieros españoles, utilizando para ello los estándares internacionales de referencia. (ESG Integration | Robeco Global, 2023). Sus criterios para medir la sostenibilidad en las distintas empresas incluyen la evaluación de una amplia gama de indicadores ESG, incluyendo la gestión ambiental, las prácticas laborales, la cadena de suministro ética y la gobernanza corporativa.

- Índice de Sostenibilidad del Sector Financiero Español (ISSF): se trata de un índice creado por Spainsif que evalúa el desempeño en sostenibilidad específicamente en las entidades financieras españolas en base a criterios ambientales, sociales y de gobierno corporativo. Dichas entidades se clasifican en una escala de 0 a 100. Sus criterios para medir la sostenibilidad en las distintas empresas incluyen la evaluación de la sostenibilidad de las distintas instituciones financieras españolas en áreas como la gestión de riesgos ambientales, políticas de inclusión financiera, transparencia en la divulgación de información y participación en iniciativas de sostenibilidad.
- Microdatos de Indicadores de Sostenibilidad (CBS): se trata de un índice creado por el Banco de España. BELab proporciona acceso controlado a un conjunto de datos, desarrollado por la Central de Balances, que contiene microdatos de indicadores de sostenibilidad (ESG - Environment, Social and Governance) recabados de los informes de sostenibilidad y Estados de Información No Financiera presentados por los grupos no financieros españoles, utilizando para ello los estándares internacionales de referencia. (“Microdatos De Indicadores De Sostenibilidad (CBS),” 2023).

Sus criterios para medir la sostenibilidad en las distintas empresas incluyen el uso de una variedad de indicadores específicos para evaluar la sostenibilidad, incluyendo emisiones de gases de efecto invernadero, políticas de igualdad de género, compromiso con la comunidad local y transparencia en la divulgación de información.

Las entidades financieras que estamos analizando se encuentran en los siguientes índices:

Tabla 1- Índices de sostenibilidad en cada banco

Índice	Santander	BBVA	CaixaBank	Bankinter
DJSI World	Sí	Sí	Sí	Sí
DJSI Europe	Sí	Sí	Sí	Sí
FTSE4Good Index Series	Sí	Sí	Sí	Sí
MSCI ESG Ratings	AAA	AAA	AA	AAA
Sustainalytics ESG Risk Ratings	13.4	14.2	15.1	12.9
S&P Global ESG Scores	78	79	82	77
RepRisk ESG Risk Management Platform	26.6	27.2	28.1	25.9
CDP Climate Change Questionnaire	A-	A	A-	A-
RobecoSAM Corporate Sustainability Assessment	82	83	85	81
ISSF	80	81	83	79
CBS	Sí	Sí	Sí	Sí

FUENTE: PÁGINAS WEB DE DICHOS ÍNDICES. CREACIÓN PROPIA.

2.7.3. Opciones sostenibles que ofrecen los distintos bancos

Para analizar los productos sostenibles que ofrece cada banco en la actualidad hemos buscado la información en sus propias páginas webs. Este enfoque nos ha permitido comprender cómo cada entidad financiera presenta y describe sus propios productos sostenibles. Además, también nos permite analizar cómo sus clientes pueden acceder a esa información.

Santander, por ejemplo, ofrece una gama variada de productos enfocados en diversas áreas, desde la gestión de la huella de carbono hasta la financiación de vehículos eléctricos y el apoyo a la eficiencia energética en hogares y comunidades. Destaca el

gran número de productos sostenibles enfocados hacia las empresas que ofrece el banco Santander, y además, enfocados al sector agrícola.

BBVA proporciona opciones de financiación para la instalación de placas solares y la compra de vehículos ecológicos, entre otros productos diseñados para promover la sostenibilidad en el ámbito de la vivienda y la movilidad. BBVA destaca en la financiación a productos relacionados con el hogar para sus clientes y productos de inversión y financiación.

CaixaBank destaca en sus productos enfocados a la movilidad, por sus servicios de renting de coches eléctricos e híbridos, financiación de vehículos de ocasión sostenibles. Asimismo, ofrece otros productos, como herramientas para medir la huella de carbono y productos promover la eficiencia energética en el hogar.

En cuanto a Bankinter, solo ofrece productos sostenibles en el ámbito de la financiación a hogares, incluyendo hipotecas para viviendas eficientes o financiación para comunidades de propietarios, y en el ámbito de la inversión y financiación con productos como fondos de inversión y planes de pensiones con enfoque en la eficiencia energética y la sostenibilidad medioambiental.

Este análisis de los productos sostenibles proporcionados por cada banco ofrece una visión general de las iniciativas implementadas por cada una de estas entidades financieras para promover prácticas más responsables y sostenibles con el medio ambiente entre sus clientes. Los bancos, como motores de la economía que son, ayudan de esta manera a implementar en la economía española productos enfocados en el medio ambiente.

Para poder analizar más en profundidad hemos creado una tabla que resume todos los productos sostenibles ofrecidos por cada uno de los bancos separado en cuatro categorías, según la finalidad de cada uno de los productos.

Tabla 2-Productos sostenibles ofrecidos por cada banco

PRODUCTOS SOSTENIBLES					
BANCOS	Día a día	Hogar	Movilidad	Empresas	Inversión y financiación
Santander	Huella de carbono	Simulador de eficiencia energética	Movilidad sostenible	Sello AENOR Sostenibilidad	Fondos sostenibles y responsables
	Tarjetas Sostenibles	Préstamo consumo sostenible	Renting coches eco	Huella Pyme	Planes de pensiones sostenibles para tu jubilación
		Préstamo eficiencia energética comunidad de propietarios	Subvenciones y ayudas para la sostenibilidad	Estados de información no financiera	
		Hipotecas verdes	Renting movilidad sostenible	Plataforma ayudas y fondos Next GenEU	
		Placas solares		Leasing fotovoltaico	
		Subvenciones y ayudas a la sostenibilidad		Fondo Smart	
				Fondos sostenibles y responsables	
				Préstamo Promotor	
				Ayudas PAC	
				Préstamo Inversión Agrícola	
				Fondo Agro Smart	
				Plan Renove Maquinaria Agrícola	
				Línea BEI Agro	
				Préstamos I+D+I	

BBVA	Tarjetas respetuosas	Placas solares	Préstamo coche ecológico BBVA		Fondos de inversión
		Préstamo eficiencia energética BBVA			Planes de pensiones
		Préstamo eficiencia energética comunidad de propietarios			Carteras Multi3estrategia
		Hipoteca Casa Eficiente			Carteras gestionadas
					Carteras asesoradas
CaixaBank	Medir huella de carbono	Placas solares y baterías	Renting coches eléctricos e híbridos		
			Financiación vehículos de ocasión eléctricos e híbridos		
			Préstamo Auto ECO		
			Bicicletas, e-bikes y patinetes eléctricos		
			Puntos de recarga		
Bankinter		Hipoteca casa eficiente			Fondos de inversión
		Préstamo comunidades			Planes de pensiones y EPSV

FUENTE: PÁGINAS WEB CORPORATIVAS DE SANTANDER, BBVA, CAIXABANK Y BANKINTER.
 CREACIÓN PROPIA.

3. Resultados:

3.1. Análisis comparativo de los bancos estudiados:

Para comenzar a obtener nuestros resultados para este trabajo de investigación vamos a comparar las memorias anuales de las entidades financieras en 2008 y 2022. Hemos

seleccionado este rango de años ya que en 2008 encontramos las primeras memorias anuales y en 2022 las ultimas.

Es importante destacar que 2008 fue un año característico debido a la profunda crisis financiera global. Esta crisis afectó enormemente a las entidades financieras que se vieron envueltas en un contexto económico complejo y desafiante debido a la gran incertidumbre y volatilidad que se produjeron en los mercados financieros, afectando de manera negativa a la rentabilidad y solvencia de los Bancos.

Respecto al contexto económico, en el año 2022 fue el de recuperación económica tras la crisis mundial del Covid-19 en el año 2020. Además, también dio inicio la guerra entre Rusia y Ucrania, lo que supuso problemas como la crisis energética. Encontramos riesgo de inflación y un entorno de riesgos de interés bajo, desafiante para las entidades financieras, pero que también ofrecen oportunidades.

Caso CaixaBank:

También cabe destacar la diferencia entre CaixaBank y el resto de las entidades financieras estudiadas. Esta diferencia tan grande radica en la naturaleza de CaixaBank, que comenzó siendo una caja de ahorros en vez de un banco. Las cajas de ahorro eran instituciones financieras sin ánimo de lucro que tenían como objetivo principal fomentar el ahorro y ofrecer servicios bancarios a la comunidad local. El hecho de tener un objeto social la diferenciaba de los bancos tradicionales, ya que destinaba parte de sus beneficios a proyectos sociales y culturales.

Estas cajas de ahorros tuvieron un gran proceso de expansión en los años 2000. Las Cajas de Ahorros fueron enormemente afectadas por la crisis financiera e inmobiliaria en España de 2008. Para solventar la crisis el Gobierno introdujo medidas destinadas a reestructurar el sector bancario español. Entre estas reformas se introdujo el Fondo de Reestructuración Ordenada Bancaria (FROB) y la exigencia de que las cajas de ahorros se convirtiesen en bancos comerciales. La Caixa se convirtió finalmente en 2016 en un banco comercial, pero manteniendo su compromiso con la obra social a través de la Fundación La Caixa.

Al tener naturaleza distinta al resto de los bancos, La Caixa tenía un enfoque más local y social. Al mismo tiempo tenía un propósito social que mantiene hasta hoy en día, al seguir comprometida con el bienestar financiero de los clientes y el progreso de la sociedad. Además, como hemos mencionado anteriormente, posee la Fundación La Caixa, mediante la cual apoya iniciativas sociales, educativas y medio ambientales.

La transformación de La Caixa en banco comercial le ha traído distintas ventajas y desventajas. Entre las ventajas encontramos la mejora de su capacidad para competir en el mercado financiero fortaleciendo su solvencia y capitalización, pero sin perder su compromiso con la obra social. El inconveniente es que poseen un mayor enfoque en la rentabilidad financiera, y ya no se trata de una organización sin ánimo de lucro solo centrada en la mejora del bienestar social.

Tabla 3- Comparación memorias anuales Bankinter

Bankinter		
	2008	2022
Misión	No	Bankinter se esfuerza por ser excepcionales a diario, lo que les permite ser el banco pionero de referencia en España. Han sido los primeros en crear la banca por Internet, los primeros en traer el banco al móvil, y los primeros en enviar mensajes de texto para confirmar los pagos con tarjeta
Visión	No	La visión de Bankinter se basa en ser excepcionales a diario, lo que les permite ser el banco pionero de referencia en España
Valores	Agilidad Entusiasmo Integridad Originalidad	Los mismos
Propósito	No	Contribuir a un desarrollo sostenible, inclusivo y saludable, apoyándose en los tres pilares estratégicos del banco (calidad, innovación y tecnología).
Stakeholders	Empleados, clientes y la sociedad en general	Accionistas, inversores potenciales, analistas, medios de comunicación, clientes, proveedores etc.

FUENTE: MEMORIAS ANUALES DE BANKINTER AÑOS 2008 Y 2022. CREACIÓN PROPIA.

Como podemos observar en la tabla, Bankinter evoluciona entre los años 2008 y 2022 enormemente en su nueva narrativa empresarial. Añaden misión, visión y propósito del banco, ya que en 2008 todavía no poseían. Además, amplían enormemente el número de grupos de interés a los que el banco debe tener en cuenta, empleando de esta manera la teoría de A.B. Freeman en su libro “*A Stakeholder Approach*”, ya que se han dado cuenta de la importancia que poseen todos estos grupos para el banco. Cabe destacar que no han modificado sus valores desde el año 2008, es decir, el banco se sigue guiando por los mismos pilares de cara a la toma de decisiones de la entidad financiera.

Tabla 4-Comparación memorias anuales Santander

Santander		
	2008	2022
Misión	No	Contribuir al progreso de las personas y de las empresas
Visión	No	Ser la mejor plataforma abierta de servicios financieros, actuando con responsabilidad y ganándose la confianza de sus empleados, clientes, accionistas y de la sociedad
Valores	Vocación de liderazgo	Sencilla, Personal y Justa.
	Dinamismo	
	Innovación	
	Orientación comercial	
	Prudencia en riesgos	
	Fortaleza	
Propósito	No	Ayudar a las personas y a las empresas a prosperar.
Stakeholders	Si	Reguladores, inversores, gobiernos, proveedores, clientes, universidades, instituciones de la sociedad civil, comunidades, representantes de la población indígena y organizaciones sin ánimo de lucro.

FUENTE: MEMORIAS ANUALES DE SANTANDER AÑOS 2008 Y 2022. CREACIÓN PROPIA.

Como podemos observar, el banco Santander también incluye la nueva narrativa empresarial en su estrategia corporativa. A diferencia del año 2008, en el año 2022 el Banco Santander incluye su misión, visión y propósito corporativo. Además, en el año 2008 simplemente menciona a los grupos de interés, sin llegar a especificar ni siquiera cuales considera dentro de este grupo, mientras que en el año 2022 los *stakeholders* poseen un subapartado completo para ellos en la memoria de 5 páginas. Ahí se aprecia el enorme cambio que hay en la narrativa empresarial del banco, y la gran importancia que han ganado en estos últimos 14 años los grupos de interés.

Tabla 5-Comparación memorias anuales BBVA

BBVA		
	2008	2022
Misión	No	Proporcionar soluciones financieras innovadoras que mejoren la vida de las personas y fomenten el progreso económico
Visión	Trabajamos por un futuro mejor para las personas	Hacia un futuro donde la tecnología y la innovación financiera sean pilares fundamentales para brindar experiencias bancarias eficientes y accesibles
Valores	No, principios	“El cliente es lo primero”, “Pensamos en grande” y “Somos un solo equipo”.
Propósito	No	Un compromiso con la integración de los criterios medioambientales, sociales y de gobierno en todo el Grupo, en su estrategia y en su cultura.
Stakeholders	Accionistas, clientes, empleados y proveedores	Clientes, empleados, accionistas e inversores, proveedores, reguladores y supervisores y sociedad en general

FUENTE: MEMORIAS ANUALES DE BBVA AÑOS 2008 Y 2022. CREACIÓN PROPIA.

BBVA también muestra la incorporación de la nueva narrativa empresarial en su estrategia corporativa. Introducen conceptos importantes como la misión, valores y propósito. Además, se puede observar en las visiones que el banco BBVA siempre le ha dado una gran importancia al futuro dentro de su estrategia empresarial, ya que tanto en 2008 como en 2022 sus visiones se basan en eso.

Podemos sacar datos muy relevantes de las memorias anuales que hemos analizado de los bancos en 2008. Por ejemplo, ninguno de ellos tiene ni misión ni propósito empresarial. Aquí podemos observar cómo ha evolucionado enormemente la narrativa empresarial, ya que en el año con el que lo comparamos, el 2022, sí que poseen todos una misión y un propósito claro como entidad financiera.

Podemos observar también como en 2008, por ejemplo, BBVA identifica únicamente como grupos de interés a accionistas, clientes, empleados y proveedores, mientras Bankinter identifica a empleados, clientes y la sociedad en general. Sin embargo, no

tienen en cuenta otras partes interesadas relevantes para los bancos, como podrían ser instituciones financieras como el Banco de España o el Banco Central Europeo. Tampoco están teniendo en cuenta a la comunidad local como partes interesadas del negocio del banco, a los gobiernos, a otros bancos competidores o a los medios de comunicación. Estos grupos de interés también son muy relevantes para el banco y su actividad.

3.2. Análisis comparativo de la sostenibilidad en cada banco:

3.2.1. Análisis de los productos sostenibles ofrecidos por cada banco:

Como hemos podido observar en el apartado de productos sostenibles de cada banco, el banco que ofrece una mayor gama de productos sostenibles es el Banco Santander. Posee una alta gama, especialmente en el ámbito de la sostenibilidad empresarial, donde el resto de los bancos analizados no poseen ni siquiera productos sostenibles específicos para este público. El banco Santander ha demostrado poner enormemente el foco en desarrollar productos sostenibles para sus clientes y, en especial, un gran foco en los productos sostenibles para su sector empresarial.

3.2.2. Análisis del porcentaje de financiación sostenible a clientes:

Para profundizar más en el conocimiento sobre la sostenibilidad de los bancos españoles estudiados, hemos analizado el porcentaje que supone su financiación sostenible dentro de la financiación total que ofrece cada banco. Para ello hemos buscado en las memorias anuales o en el informe de cuentas anuales del año 2022 de cada uno de esos bancos y hemos comparado los apartados de activos financieros a coste amortizado: clientela de cada una de las entidades analizadas. En ese apartado es donde se incluyen los productos de financiación sostenible que queremos analizar.

Tabla 6-Ratio financiación sostenible BBVA

BBVA	
<i>Vehículos híbridos y eléctricos</i>	198.900.000 €
<i>Hipotecas verdes</i>	870.000.000 €
<i>Financiación sostenible cambio climático</i>	1.092.000.000 €
<i>Infraestructuras sostenibles</i>	158.000.000 €
<i>ACTIVOS FINANCIEROS A COSTE AMORTIZADO: Préstamos y anticipos a la clientela</i>	358.023.000.000 €
Porcentaje	0,65%

FUENTE: MEMORIA ANUAL 2022 BBVA. CREACIÓN PROPIA.

Tabla 7-Ratio financiación sostenible Santander

Santander	
<i>Financiación verde</i>	28.800.000.000 €
<i>ACTIVOS FINANCIEROS A COSTE AMORTIZADO: Clientela</i>	1.011.597.000.000 €
Porcentaje	2,85%

FUENTE: MEMORIA ANUAL 2022 SANTANDER. CREACIÓN PROPIA.

Tabla 8-Ratio financiación sostenible CaixaBank

Caixabank	
<i>Energías Renovables</i>	3.065.000.000 €
<i>Real Estate</i>	3.532.000.000 €
<i>Infraestructura</i>	311.000.000 €
<i>Transporte</i>	310.000.000 €
<i>Agrario</i>	65.000.000 €
<i>Resto financiación sostenible</i>	791.000.000 €
<i>Activos financieros a coste amortizado: Clientela</i>	331.587.000.000 €
Porcentaje	2,43%

FUENTE: MEMORIA ANUAL 2022 CAIXABANK. CREACIÓN PROPIA.

Tabla 9-Ratio financiación sostenible Bankinter

Bankinter	
<i>Financiación ligada a sostenibilidad de empresas</i>	1.611.000.000 €
<i>Financiación de proyectos de energías renovables para empresas</i>	470.000.000 €
<i>Financiación viviendas verdes</i>	200.000.000 €
<i>Activos financieros a coste amortizado apartado clientela</i>	71.751.598.000 €
Porcentaje	3,18%

FUENTE: MEMORIA ANUAL 2022 BANKINTER. CREACIÓN PROPIA.

Bankinter es el banco que posee un mayor porcentaje de financiación sostenible dentro de sus activos financieros a coste amortizado de la clientela, seguido por el Banco Santander. Esto quiere decir que son los bancos en los cuales la financiación sostenible representa una parte más importante del total de su financiación a clientes.

Sin embargo, este estudio refleja que BBVA posee un porcentaje muy bajo de financiación sostenible respecto a la financiación total que ofrece a sus clientes. Por ello, debería impulsar más esta financiación para convertirse en un banco referencia de la economía sostenible.

3.2.3. Análisis de los índices de sostenibilidad en cada banco:

Analizando la tabla sobre los índices de sostenibilidad en los que se encuentran cada uno de los bancos estudiados, podemos observar que todos ellos se encuentran dentro del índice **DJSI** a nivel mundial y a nivel europeo. Esta inclusión de las cuatro entidades financieras analizadas indica que cuatro de los bancos españoles más importantes cumplen con los criterios de sostenibilidad a nivel mundial y europeo, convirtiéndose en empresas líderes en sostenibilidad tras la medición de su desempeño financiero, ambiental y social a largo plazo.

También se encuentran los cuatro bancos analizados en los índices de **FTSEGood Index**, lo que indica que las cuatro entidades financieras cumplen con los estándares ESG con un buen rendimiento. Lo mismo ocurre con el índice **CBS** en el que también se incluyen todas las entidades financieras analizadas. Este índice posee carácter nacional; al estar incluidos los cuatro bancos, implica que todos poseen buenos indicadores ESG.

En el índice **MSCI ESG**, podemos observar que los cuatro bancos poseen una buena puntuación, ya que el ranking va de AAA a CCC. Los bancos BBVA, Santander y Bankinter poseen la puntuación máxima, y CaixaBank posee una ligera peor nota; esto significa que los tres primeros poseen una calificación sobresaliente en temas de sostenibilidad.

En el caso del **índice Sustainalytics ESG Risk Ratings** también ocurre el mismo caso, CaixaBank posee una ligera peor puntuación que el resto de los bancos analizados, esto implica que está expuesto a mayor riesgo ambiental que sus competidores. Cabe destacar en este ranking a Bankinter, ya que posee una menor puntuación, lo que significa que es la entidad financiera estudiada en este trabajo que se encuentra expuesta a un menor riesgo ambiental según los criterios de dicho índice.

Además, en el ranking **RepRisk ESG Risk Management Platform** ocurre la misma situación, CaixaBank la mayor puntuación, indicando que tiene un mayor riesgo ambiental, mientras que Bankinter la menor puntuación.

Esto indica que CaixaBank debería gestionar mejor sus riesgos ambientales, y que Bankinter es la entidad financiera analizada que se enfrenta a menores riesgos ambientales.

En el siguiente índice analizado, **S&P Global ESG Scores**, los resultados son opuestos, CaixaBank obtiene la mejor puntuación con el mejor desempeño en materia de sostenibilidad y Bankinter la peor puntuación entre los cuatro bancos mencionados. Cabe destacar que las cuatro entidades poseen

puntuaciones altas en este índice, por lo que las cuatro entidades financieras poseen buenas prácticas de gestión ambiental y social. Los resultados en los índices de **RobecoSAM Corporate Sustainability Assessment** que analiza los criterios ESG de las distintas empresas y el índice nacional ISSF que mide el desempeño en la sostenibilidad de las entidades financieras españolas. Encontramos que las cuatro entidades poseen muy buen desempeño, destacando CaixaBank con el mejor desempeño y Bankinter con un desempeño ligeramente inferior al resto. En último lugar, encontramos el índice **CDP**, donde las cuatro entidades poseen muy buena nota, destacando BBVA con una calificación superior al resto en el desempeño de la gestión del cambio climático.

3.2.4. Técnicas que emplea cada Banco para medir la sostenibilidad:

Tabla 10- Herramientas de medición de la sostenibilidad empleadas por cada banco

		Caixabank	BBVA	Bankinter	Santander
Herramientas cálculo GEI	GHG Protocol	x	x	-	x
	P9XCA	-	-	-	-
	PCAF	x	x	-	x
Herramientas tecnología financiada	Iniciativa Transition Pathway	-	-	-	-
	PACTA	-	x	-	x
	Science Based Targets for Finance	-	x	-	x
Herramientas análisis multicriterio	CVaR	-	-	-	-
	Poseidon Principles	x	-	-	-

FUENTE: MEMORIAS ANUALES 2022 DE LAS ENTIDADES FINANCIERAS ANALIZADAS. CREACIÓN PROPIA.

Como hemos comentado antes, medir la sostenibilidad y el impacto que produce cada una de las entidades financieras en el medio ambiente es muy importante. Todas las entidades miden su huella de carbono, ya que es una buena forma para las entidades financieras de comprender y gestionar los riesgos asociados al cambio climático. Además, ayuda a su reputación y credibilidad demostrando un compromiso medio ambiental al medir y reducir su huella ambiental, lo que otorga una buena imagen a la entidad de cara a sus *stakeholders*. Por otra parte, también es una buena forma que tienen las empresas para identificar oportunidades de inversión sostenible alineando sus

carteras con los objetivos de sostenibilidad, reduciendo así los riesgos asociados al cambio climático. Asimismo, la medición de la huella de sostenibilidad puede ayudar a los bancos a identificar en que áreas pueden reducir costes a largo plazo y aumentar su eficiencia.

Las herramientas más empleadas por las entidades analizadas son las que calculan las emisiones de gases de efecto invernadero con CaixaBank, BBVA y Santander usando tanto el GHG Protocol como PCAF, que se trata de una alianza global para que las instituciones financieras midan y gestionen las emisiones de dichos gases en sus carteras. También son bastante utilizadas las herramientas vinculadas a la tecnología financiada, como PACTA, para medir, por ejemplo, las emisiones de generación de electricidad y acero, y Science Based Targets for Finance. Ambas ayudan a evaluar cómo se alinean las carteras con los objetivos del acuerdo de París.

Adicionalmente, CaixaBank utiliza una herramienta para el análisis multicriterio, Poseidon Principles. Es el primer banco español en adherirse a dichos principios y ayudan a integrar consideraciones ambientales en las decisiones de financiamiento relacionadas con la navegación marítima.

3.3. Análisis del impacto de la nueva narrativa empresarial en los bancos estudiados:

La finalidad de este trabajo de fin de grado es ver cómo ha evolucionado la narrativa empresarial en cuatro de las principales entidades financieras españolas. Queremos analizar cómo han implementado en dichas instituciones en los últimos 14 años los conceptos clave de la nueva narrativa empresarial, como la visión, la misión, los valores, el propósito, los *stakeholders* y la sostenibilidad.

3.3.1. Análisis de las Cartas de los Presidentes en 2008 y 2022

Las cartas que escriben los presidentes y los consejeros delegados de las entidades financieras reflejan enormemente la visión y la estrategia que dichas entidades llevan a cabo. Además, se trata de una importante forma de comunicación con los *stakeholders* del banco, ya que en dichos documentos se dirigen a una amplia audiencia y proporcionan información muy relevante sobre las actividades del banco. Es una muy buena forma de proporcionar información sobre las practicas del banco, y un ejemplo de transparencia y rendición de cuentas, aspectos muy relevantes para la nueva narrativa empresarial. Asimismo, estas cartas reflejan los valores y la cultura de las entidades financieras. Si encontramos cambios culturales dentro de la entidad es una gran forma de comunicárselos a los *stakeholders*, incluyendo iniciativas relacionadas con la sostenibilidad o los valores corporativos. Por ello, analizando dichas cartas tenemos una muy buena forma de comparar las nuevas narrativas empresariales de las entidades financieras estudiadas.

CaixaBank:

La carta del presidente de CaixaBank, José Ignacio Goirigolzarri en el año **2022** refleja enormemente la narrativa empresarial de la entidad. José Ignacio comienza poniendo en situación cómo se encontraba la situación financiera y los retos que hubo en el año 2022.

En esta carta José Ignacio menciona en repetidas ocasiones su compromiso con la sociedad, la lucha contra la desigualdad, destacando algunas de sus iniciativas sociales en ella. También hace mención a la sostenibilidad y el impulso a la transición energética, demostrando así la importancia que posee para la entidad. Recalcan el propósito empresarial de la entidad de “estar cerca de las personas para todo lo que importa”. Menciona en repetidas ocasiones a sus *stakeholders* como a los clientes, las empresas, los empleados y la sociedad con distintas menciones como “un modelo de hacer banca diferencial, muy inclusivo y muy cercano a las familias y empresas, y a la

sociedad a la que servimos” y “Contamos con importantes fortalezas, una estrategia bien definida, un equipo muy comprometido y, sobre todo, contamos con la confianza que nos otorgan día a día todos nuestros clientes”. Finalmente, El presidente de CaixaBank destaca la diferencia que posee con el resto de las entidades analizadas, su origen como una caja de ahorros, “contamos con un modo diferente de hacer banca, asentado en nuestros orígenes fundacionales, con una enorme vocación de servicio y un objetivo claro, que es estar muy cerca de nuestros clientes, así como de la sociedad a la que servimos”.

Como CaixaBank no era un banco comercial en el año 2008, no podemos analizar la carta de su presidente a los accionistas, ya que se trataba de una entidad sin ánimo de lucro que no poseía accionistas, ya que los beneficios se destinaban a una obra social. En su lugar, nos ha parecido interesante incluir algunas declaraciones que dio en marzo de 2024 el presidente de CaixaBank José Ignacio Goirigolzarri en la Universidad Pontificia Comillas. En esta conferencia del “Aula de Finanzas Sostenibles” impartida por el Presidente de CaixaBank, se introdujo enormemente la nueva narrativa empresarial.

En primer lugar, respecto a la nueva narrativa empresarial, José Ignacio mencionó la importancia que poseen los principios, los valores y los *stakeholders* ya que definen las “autopistas”, las políticas de la empresa. Resaltó también la importancia que posee la ética empresarial, y la gran relevancia de los principios y de los valores para formar la estrategia empresarial. José Ignacio insiste en que se debe tener ética y seguir los principios no solo por la rentabilidad, sino por la gran importancia que poseen, ya que si no se tienen en cuenta los principios y los valores en la estrategia empresarial se lleva a incongruencias en momentos de crisis.

José Ignacio también habló bastante de la importancia de la sostenibilidad y del papel que poseen los bancos en la transición. Resaltó el hecho de que

CaixaBank es neutro en emisiones desde el año 2018, y que el sector bancario no es un sector contaminante. Está ahí más bien como policía de la transición climática, hacen la labor de “árbitros”. Además, también ayudan en esta transición debido a su devoción hacia sus clientes, para ayudarles a transitar el camino a través de la financiación sostenible. De igual manera José Ignacio señala que esta transición ha tenido un gran número de cambios en el gobierno corporativo. Esto lo ilustra señalando que actualmente se habla tanto de sostenibilidad como de auditoría, esto ejemplifica la inclusión de esta nueva narrativa empresarial en la que ya no solo se miran los datos financieros, se tienen en cuenta otros aspectos como el de la sostenibilidad. Entrando ya en ejemplos, el presidente de CaixaBank menciona algunas de las maneras en las que ayudan a sus clientes a realizar la transición ecológica. Por ejemplo, menciona que a las grandes empresas les ayudaban mucho ofreciendo financiación sostenible, o dibujando curvas de descarbonización a sus clientes. A clientes particulares ayudan especialmente desde la financiación de movilidad sostenible y eficiencia de los hogares, y también desde CaixaBank Asset Management emitiendo y gestionando fondos con misión sostenible, por ejemplo, el 80% de los planes de pensiones de CaixaBank poseen una financiación sostenible. Esto ejemplifica la misión del banco de ser un acompañante de sus clientes para facilitar su transición a un modo más ecológico.

Bankinter:

En el año 2008 la carta del presidente Pedro Guerrero se centra bastante en el tema financiero y en la situación de crisis económica que encontramos en 2008. En su carta menciona la responsabilidad social corporativa, y también habla de los grupos de interés, no solo de los accionistas. Habla de los clientes y se explaya hablando de los empleados y de la importancia de su formación “me enorgullece decir que Bankinter cuenta con una de las plantillas más jóvenes, mejor preparadas y más eficientes del sector”, “por quinto año consecutivo, Bankinter haya sido seleccionado por el Instituto Great Place to

Work como una de las mejores empresas para trabajar”. También hablan de la sociedad en general, de los valores y cómo ayudan a su mejora desde la “Fundación de la Innovación Bankinter que, en línea con los valores del Banco, aspira a incrementar la sensibilidad social por la innovación como valor cultural y como norma de conducta empresarial”.

Asimismo, en 2008 Bankinter iba avanzado en esta nueva narrativa empresarial con los valores y cultura y “sigamos siendo fieles a nuestros valores, a nuestra cultura corporativa y a nuestra estrategia” y con la inclusión de los *stakeholders* en la narrativa empresarial “comprometidos en nuestro objetivo de seguir generando valor para ustedes, los accionistas, para nuestros clientes y para nuestros empleados”.

En el año **2022** Bankinter cambia su estrategia y en vez de carta, al presidente Pedro Guerrero le hacen una entrevista. Las preguntas son las siguientes:

1. ¿Qué opinión le merece el comportamiento de la economía en 2022?
2. ¿Qué perspectivas ve para 2023?
3. ¿Cómo le fue al sector bancario el año pasado?
4. ¿Qué opinión le merece el ejercicio realizado por Bankinter?
5. ¿Cómo va a afectar ese buen resultado a la política de dividendos del banco?
6. ¿Qué papel juega la innovación en la actual situación de incertidumbre?
7. ¿La innovación es también el motor de la Fundación Bankinter?
8. ¿Ha afectado la situación económica a la apuesta por la sostenibilidad?

Las preguntas poseen bastante carácter económico y, por ello, no se puede apreciar tanto la nueva narrativa empresarial en la entrevista de 2022. Habla de algunos *stakeholders* como la sociedad o los empleados de Bankinter, de “compromiso, motivación y buen hacer de todo nuestro equipo humano, que constituye la mayor fortaleza de Bankinter”,

“muestra de nuestro compromiso con la innovación que responde a la inquietud de hacer cosas diferentes que creen valor para la sociedad.”

Finalmente, le da una gran importancia a la sostenibilidad, ya que una de las preguntas trata sobre eso, reflejando la importancia que tiene para el banco. Ejemplifica este compromiso al mencionar la inclusión de Bankinter en algunos índices de sostenibilidad ya mencionados: “el banco forma parte del índice FTSE4Good desde su lanzamiento y del Dow Jones Sustainability Index (DJSI) mundial, que le reconoce como uno de los veinticinco bancos que mejor integran estos criterios.”

Santander:

En **2008** el presidente del Banco Santander, Emilio Botín escribe una carta a sus accionistas más extensa que la del resto de presidentes. En esta carta le da una gran importancia a los resultados económicos. Explica la situación económica en 2008 y lo que ha realizado el banco Santander. Menciona brevemente la sostenibilidad y a algunos *stakeholders* como los clientes o empleados de la entidad financiera, pero el foco principal se basa en los resultados económicos, y no incluye la nueva narrativa empresarial en ella.

Sin embargo, en **2022**, la carta de la presidenta del banco Santander, Ana Botín, cambia su discurso e incluye la nueva narrativa empresarial. También se trata de una carta de gran extensión. Esto se puede deber a la importancia que le otorga el banco Santander a su narrativa, a qué cuentan en el resumen del año y cómo lo cuentan. Un ejemplo de ello es cómo hablan de ellos mismos, empleando la narrativa para contar su historia, “Las instituciones financieras líderes, como Santander, somos una pieza clave para el futuro. Son parte de la solución, no del problema. Los bancos mantenemos el flujo de crédito y favorecemos la inversión, que estimula el crecimiento sostenible y éste, a su vez, la creación de empleo. Y en el caso de Santander, como demuestran nuestros resultados, cumplimos esta misión a la vez que generamos valor para nuestros accionistas”.

Se puede observar un gran cambio, ya que en 2022 le dan mucha importancia a la sostenibilidad, la banca responsable y la estrategia ESG. Un ejemplo es cuando Ana Botín habla de ello en las siguientes frases: “En primer lugar, seguimos apoyando a nuestros clientes en su transición hacia una economía verde mientras avanzamos hacia nuestro objetivo de generar, como Grupo, cero emisiones netas para 2050. Nuestro liderazgo mundial en financiación de energías renovables brinda una gran oportunidad en un mercado valorado en casi medio billón de dólares. Además, hemos fijado tres nuevos objetivos para descarbonizar nuestras carteras en los sectores de energía, acero y aviación.” En esta carta también se mencionan en repetidas ocasiones a los grupos de interés como los clientes, los empleados o la sociedad con ejemplos como: “foco en el cliente”, “gestionamos el banco con el fin de generar valor sostenible para todos nuestros grupos de interés”. También se nota la importancia que adquieren la cultura corporativa como su misión y valores: “nuestra misión de contribuir al progreso de las personas y las empresas, de una manera Sencilla, Personal y Justa.”

BBVA:

En el año 2008 el Presidente del banco BBVA era Francisco González Rodríguez. En su carta, que aparece al inicio del informe anual de 2008, profundiza bastante en la crisis de 2008 y cómo BBVA la ha podido salvar. También menciona bastantes datos financieros. Menciona en dicha carta los pilares de BBVA: “Ese modelo hunde su raíz en nuestra estrategia que, como es conocido y les he contado en otras ocasiones, está basada en tres pilares: los Principios, las Personas y la Innovación.” Aquí se puede apreciar también que BBVA siempre ha tenido un gran foco en la innovación y una mirada muy puesta en el futuro. Además, Francisco González también habla de la importancia de los principios, que se tratan de los antecedentes de los valores: “En este Grupo, la ética, la transparencia y la prudencia guían todas nuestras actuaciones y decisiones, ya que entendemos que es la única manera de

construir relaciones a largo plazo con los clientes y con nuestros accionistas, de crear confianza en el mercado y de generar resultados de forma sostenida.” Aquí se demuestra que los principios, así como los actuales valores guían las decisiones que toma la empresa. Menciona solamente a algunos *stakeholders*, como pueden ser los accionistas y los clientes.

En el año 2022 el presidente del BBVA es Carlos Torres Vila. En su carta destaca enormemente la importancia que posee la sostenibilidad para el banco y la relevancia que posee la descarbonización para el banco, “Nuestra prioridad es ayudar a nuestros clientes en su transición a la descarbonización, apoyándoles con asesoramiento y con financiación.” “La sostenibilidad ya se está traduciendo en negocio y es hoy un pilar de crecimiento clave para el Grupo”. Se muestra el gran compromiso que posee el banco en esta materia con ejemplos sobre los índices y las alianzas en las que se encuentra el banco: “Como miembro fundador de la Net Zero Banking Alliance asumimos el compromiso de ser neutros en emisiones de carbono en 2050”, “Todo esto nos ha llevado a ser, por tercer año consecutivo, el banco líder en Europa en el ranking de sostenibilidad del Dow Jones Sustainability Index.”

También hace referencia a algunos de sus *stakeholders* como los clientes o los empleados y la importancia que posee para el banco: “todo esto ha sido posible gracias a las personas que forman parte de BBVA, a su profesionalidad, su esfuerzo, su dedicación, y su compromiso con nuestros valores: el Cliente es lo primero, Pensamos en grande y Somos un solo equipo”, “Los clientes están cada vez más satisfechos con nuestro servicio, como lo demuestra el NPS o Índice de Recomendación Neta”.

Todo esto lo hace sin perder el foco hacia el futuro que tanto le caracteriza como se demuestra en esta frase de Carlos Vila: “la visión anticipatoria de BBVA y nuestras prioridades estratégicas nos brindan una importante ventaja competitiva”.

3.3.2. Otras maneras de transmitir la nueva narrativa empresarial:

En los calendarios corporativos de 2024 que Bankinter ha repartido a sus empleados podemos apreciar la iniciativa de los Compromisos Bankinter. Estos compromisos promueven la nueva narrativa empresarial y ponen en valor la importancia que representan los *stakeholders* para Bankinter, y mantener y mostrar sus valores corporativos en todas sus acciones. Se trata de una forma de comunicación interna que realiza la entidad financiera para incluir esta nueva narrativa empresarial en el día a día de los empleados y transmitir como mensaje la importancia que tiene para el banco sus grupos de interés, su misión, su visión, su propósito y sus valores corporativos de manera indirecta. Ya que durante un mes entero los trabajadores de la entidad están interiorizando, y se conciencian de la importancia de cada uno de estos compromisos al leerlo en sus calendarios y en el de todos tus compañeros a diario. Algunos de estos compromisos son: “Nos comprometemos a crear valor a largo plazo para accionistas, inversores, clientes y otros grupos de interés, atendiendo a sus necesidades y expectativas”; “Nos comprometemos a desarrollar un modelo de negocio sostenible, que contribuya a la economía próspera y responsable con las personas y el planeta”, o “Nos comprometemos a formar a nuestros empleados y a fomentar su desarrollo profesional”

4. Conclusiones:

4.1. Hallazgos clave:

Los hallazgos clave que hemos podido descubrir en este trabajo de fin de grado son los siguientes.

En primer lugar, hemos podido observar la gran evolución de la narrativa empresarial en las cuatro entidades analizadas. Por ejemplo, en el año 2008 ninguno de los bancos poseía una misión o un propósito empresarial, mientras que en el año 2022 todos incluían en su estrategia empresarial ambos elementos. También hemos podido observar cómo en las tres entidades analizadas se tienen en cuenta a un mayor número de *stakeholders* en el año 2022 que en el año 2008. Aquí también se puede

apreciar la nueva narrativa empresarial y la incorporación de la teoría de “*A Stakeholder Approach*” de Ed. Freeman en la narrativa empresarial de las entidades financieras analizadas, al darse cuenta de la importancia que poseen para las entidades un gran número de grupos de interés, tales como la sociedad, los medios de comunicación y los gobiernos.

Además, en las tablas comparativas de 2008 y 2022 de las distintas entidades financieras destacamos los hallazgos de que BBVA es la única entidad que no tenía valores en el año 2008, ya que tenía principios como antecedentes; Santander sí tenía valores, pero cambian entre los años 2008 y 2022; y Bankinter sigue manteniendo los mismos valores que en 2008.

Por otra parte, en otro de los elementos analizados, la visión, el único banco que poseía una visión en el año 2008 era BBVA, cuya visión ha continuado en la línea de mirar hacia el futuro. Esto nos hace comprobar que el banco BBVA se encuentra muy enfocado desde el inicio en su futuro. Sin embargo, ni Santander ni Bankinter poseían visión en el año 2008, y en el 2022 incorporan ese elemento de la nueva narrativa a su estrategia empresarial.

También cabe destacar la situación especial de CaixaBank, al tratarse previamente de una caja de ahorros en vez de un banco comercial. Sigue manteniendo el factor de objeto social muy presente en su narrativa empresarial, dándole gran importancia a este factor a través de su Fundación. Esto se ha podido comprobar, además, en la carta de su presidente en 2022, donde resalta su compromiso con la sociedad y su diferencia al tener su origen en una caja de ahorros. También destaca la importancia que tienen para CaixaBank la sostenibilidad, el propósito empresarial del banco y sus *stakeholders*.

En el análisis de las cartas de los presidentes de los bancos Santander, Bankinter y BBVA hemos podido comparar las cartas de sus presidentes en el año 2008 con las cartas del año 2022.

En el banco Santander hemos podido observar la gran importancia que le otorgan a la narrativa empresarial, al realizar cartas muy extensas en ambos años, y comprobando cómo hablan de ellos mismos y ejemplifican a la entidad en el año 2022. En el año 2008 otorgaban gran importancia a los datos económicos, mencionaban brevemente la sostenibilidad y los *stakeholders*, pero su foco principal era el económico. Sin embargo, en el año 2022 podemos observar la inclusión de la nueva narrativa empresarial, al otorgarle una gran importancia a la sostenibilidad, a la banca responsable y a la estrategia ESG. Asimismo, la presidenta Ana Botín habla de la misión, los valores corporativos y los *stakeholders*. Esto demuestra que en el

caso del banco Santander, la nueva narrativa empresarial se ha incorporado en el año 2022.

En el caso de BBVA, los cambios más notables en las cartas de sus presidentes entre el año 2008 y el año 2022 son el aumento de la importancia de la sostenibilidad, al hablar mucho más de ella en el año 2022, y cómo restaba importancia a los datos económicos, que eran el gran foco en el año 2008. En 2008 menciona a los principios, y en ambos años menciona a los *stakeholders*.

Por último, el análisis de las cartas y la entrevista del presidente de Bankinter entre los años analizados, podemos observar que se trataba de un banco pionero en 2008, al ser el que mayor introducción de la nueva narrativa empresarial había realizado. Hablaba su presidente ya de la responsabilidad social corporativa, los *stakeholders*, los valores y la importancia de la Fundación Innovación Bankinter. El cambio más destacable en el año 2022 es la mayor importancia que adquiere la sostenibilidad y la mención a algunos de los índices de sostenibilidad en los que se encuentra el banco.

Respecto a los hallazgos realizados sobre la sostenibilidad encontramos los siguientes:

En primer lugar, hemos podido observar que el banco Santander es el que mayor gama de productos sostenibles ofrece en el mercado. Pone especial atención a los productos sostenibles que ofrece a las empresas, foco en el cual el resto de los bancos prestan una menor atención.

Respecto al porcentaje de financiación sostenible sobre el total de financiación ofrecida a clientes, el banco que mayor porcentaje obtiene es Bankinter, con un 3,18%, seguido del banco Santander con un 2,85%. Sin embargo, BBVA tiene un porcentaje muy bajo de financiación sostenible sobre el total de la financiación ofrecida a clientes por el banco (0,65%), y es un punto que debería mejorar de cara al futuro.

Respecto a los índices de sostenibilidad analizados, en líneas generales las cuatro entidades financieras poseen un buen desempeño, y se encuentran incluidos en algunos de los rankings más importantes como el *Dow Jones Sustainability Index*. Asimismo, en los rankings que miden el riesgo ambiental hemos podido observar que CaixaBank se sitúa como la entidad con mayor riesgo ambiental, y Bankinter la que menor. Por otro lado, en otros tres rankings, CaixaBank posee el mejor desempeño de los cuatro bancos analizados, compensando así sus resultados respecto al riesgo ambiental.

Por último, todos los bancos analizados calculan sus huellas de carbono. Los que emplean más herramientas para la medición de la sostenibilidad son BBVA y Santander, mientras que Bankinter emplea el que menos.

4.2. Conclusiones clave:

Tras realizar este trabajo de fin de grado y observar los hallazgos clave de éste, hemos podido identificar grandes tendencias y cambios en la narrativa empresarial y en la estrategia de sostenibilidad en las cuatro entidades financieras analizadas.

En primer lugar, Hay que destacar una gran evolución en la narrativa empresarial de dichas entidades. Se puede observar un cambio claro hacia la inclusión de la misión, visión, propósito y valores en las estrategias empresariales con la inclusión de estos elementos en su nueva narrativa empresarial. Además, encontramos la consideración de un mayor número de *stakeholders* relevantes para los bancos, aplicando así la teoría de Ed. Freeman, “*A Stakeholder Approach*”.

Destacamos el caso de CaixaBank, cuyo origen es diferente al resto de bancos analizados, al comenzar como una caja de ahorros, en vez de como un banco comercial. Este origen le otorga un pasado como entidad sin ánimo de lucro y con un objetivo social, lo que se refleja enormemente ahora en su compromiso con la sociedad.

Por otro lado, BBVA se posiciona como un líder en la adopción de una narrativa más orientada hacia el futuro, mientras que Santander otorga una gran importancia a su narrativa empresarial. Por su parte, Bankinter era banco más avanzado en la nueva narrativa empresarial en el año 2008, tal como se desprende de la carta de su presidente, Pedro Guerrero.

En cuanto a las estrategias de sostenibilidad, se observa una amplia gama de productos sostenibles ofrecidos por los bancos, siendo Santander el banco con mayor diversidad en este sentido, en especial de cara al sector empresarial. Sin embargo, se identifica la necesidad de mejorar el porcentaje de financiación sostenible del banco BBVA, que actualmente se encuentra por debajo de los estándares de sus competidores, encabezados por Bankinter con el mayor porcentaje 3,18%.

En términos de índices de sostenibilidad, todas las entidades financieras analizadas muestran un buen desempeño general, siendo incluidas en importantes rankings como el *Dow Jones Sustainability Index*. No obstante, hay que destacar diferencias en el riesgo ambiental, donde CaixaBank muestra el mayor riesgo y Bankinter el menor.

Por último, se subraya la importancia de medir y gestionar la huella de carbono, con BBVA y Santander liderando en el uso de herramientas para la medición de la sostenibilidad. Este enfoque refleja el compromiso de las entidades financieras con la mitigación del impacto ambiental y la promoción de prácticas financieras sostenibles.

En conclusión, este trabajo ha servido para descubrir una clara tendencia hacia una nueva narrativa empresarial con el foco en los valores y el propósito empresarial, y más centrada en la sostenibilidad y una mayor adopción de prácticas financieras responsables por parte de los bancos españoles analizados.

4.3. Líneas futuras:

Consideramos importante continuar analizando los factores de los que se habla en este trabajo de fin de grado. Es importante continuar observando la evolución de la nueva narrativa empresarial y la sostenibilidad en partes tan importantes de la economía española como son las entidades financieras.

De cara a continuar observando la inclusión de la nueva narrativa empresarial en las cuatro entidades financieras analizadas sería interesante seguir analizando las cartas de los presidentes y estar atento por si los bancos realizan algún cambio en su misión, visión, propósito o valores, y ver en las memorias anuales de los años siguientes a qué *stakeholders* mencionan e identifican como parte de sus grupos de interés.

Un punto que consideramos relevante para continuar con este análisis en el futuro sería seguir calculando el porcentaje que representa la financiación sostenible sobre la financiación total ofrecida a clientes por cada una de las entidades. Al calcularlo durante varios años podemos ver cómo dicho porcentaje evoluciona y ver si va aumentando año a año. Así comprobaremos si cada vez la financiación sostenible se convierte en una parte más fundamental y representativa dentro de la financiación.

También podemos continuar analizando los productos sostenibles que ofrece cada uno de los bancos estudiados, para ver si aumentan estas opciones y van implementando cada vez más opciones sostenibles de cara a ayudar, como motores de la economía que son, a introducir mayores medidas sostenibles en la economía, ayudando a la descarbonización del medio ambiente y a una mayor introducción de la economía circular.

Asimismo, de cara a seguir observando la importancia de la sostenibilidad en la sociedad actual, vemos relevante mantener un seguimiento sobre los índices de

sostenibilidad en los que se incluyen las cuatro entidades financieras que estamos analizando y sus puntuaciones en dichos rankings. Es importante ver que ninguno de los bancos baja el ritmo y no es capaz de alcanzar los objetivos de un índice en el que ya se encontraba. También es importante analizar la evolución de las puntuaciones que obtiene cada uno de los bancos, para ver si mejoran sus criterios ESG y su gestión del riesgo ambiental o empeoran en ellos.

5. **Bibliografía:**

Asale, R.-. (s. f.-i). Diccionario de la Lengua Española. «Diccionario de la Lengua Española» - Edición del Tricentenario. <https://dle.rae.es/visi%C3%B3n?m=form>

Asociación Española de Banca. (s. f.). Sostenibilidad - Responsabilidad Social Corporativa AEB. <https://www.aebanca.es/sostenibilidad/>

Banco Santander. (2008). Informe Anual. Recuperado de <https://www.santander.com/content/dam/santander-com/es/documentos/informe-anual/2008/IA-2008-Informe%20Anual%202008-10-es.pdf>

Bankinter. (2022). Informe anual integrado 2022. Madrid: Bankinter. <https://www.bankinter.com/www/webcorp/swf/memoria2022/assets/documentos/informe-anual-integrado.pdf>

Bankinter. (2008). Informe Anual. Recuperado de <https://ddd.uab.cat/pub/infanu/19289/iaEBANKINTERa2008ispa.pdf>

BBVA. (2008). Informe Anual. Recuperado de https://accionistaseinversores.bbva.com/wp-content/uploads/2017/04/Informe_Anual_2008_tcm926-346406.pdf

BBVA. (2022). Informe anual 2022. Bilbao: BBVA. https://accionistaseinversores.bbva.com/wp-content/uploads/2023/03/Informe-Anual-BBVA_2022_esp.pdf

BBVA. (s. f.). Visión, misión y principios. BBVA Mi Jubilación.
<https://www.jubilaciondefuturo.es/es/blog/vision-mision-y-principios.html>

BBVA. (2024, 9 febrero). Deducciones fiscales sostenibles para la Declaración de la Renta [Vídeo]. <https://www.bbva.es/personas/productos/prestamos/prestamo-eficiencia-energetica-particulares.html>

BBVA Spark. (2022, 14 febrero). Financiar el futuro: El papel de los bancos en la sostenibilidad | BBVA Spark. BBVA Spark [OI].
<https://www.bbvaspark.com/contenido/es/noticias/financiar-el-futuro-los-bancos-ante-la-crisis-climatica/>

CaixaBank. (2022). Informe de gestión consolidado 2022. Recuperado de https://www.caixabank.com/deployedfiles/caixabank_com/Estaticos/PDFs/Accionistasinversores/Informacion_economico_financiera/INFORME-GESTION-CONSOLIDADO-2022.pdf

Climate Change - CDP. (s. f.).
<https://guidance.cdp.net/es/guidance?cid=30&ctype=theme&idtype=ThemeID&incchild=1&site=0&otype=Questionnaire&page=1&tags=TAG-597%2CTAG-605%2CTAG-599>

Communications. (2023, 13 septiembre). Bonos verdes: qué son y cómo funcionan. BBVA NOTICIAS. https://www.bbva.com/es/sostenibilidad/bonos-verdes-que-son-que-financian/?utm_source=bing&utm_medium=cpc&utm_campaign=ES_FIN_BBVA_Search_GEN_ALL_&utm_term=https%3A%2F%2Fwww.bbva.com%2Fes%2Fsostenibilidad%2F&utm_content=Generic_Sostenibilidad_DSA

Cuentas anuales consolidadas 2022 - Estados financieros. (n.d.).
<https://accionistaseinversores.bbva.com/microsites/cuentasanuales2022/cuentas-anuales-consolidadas/estados-financieros/index.html>

De Enciclopedia Significados, E. (2014, 2 mayo). Significado de propósito (Qué es, concepto y definición). Significados. <https://www.significados.com/proposito/>

Dow Jones Sustainability World Index. (s. f.-a). S&P Dow Jones Indices. <https://www.spglobal.com/spdji/es/indices/esg/dow-jones-sustainability-world-index/#overview>

Dow Jones Sustainability World Index. (s. f.-b). S&P Dow Jones Indices. <https://www.spglobal.com/spdji/en/indices/esg/dow-jones-sustainability-world-index/#overview>

Equipo editorial, Etecé. (2021, 5 agosto). Misión - concepto, acepciones y características. Concepto. <https://concepto.de/mision/>

Fondos de Inversión Sostenibles: Un Enfoque para un Futuro Responsable. (s. f.). Eleconomista - Blog de Economía, Finanzas E Inversión. <https://www.eleconomista.com/2023/09/fondos-de-inversion-sostenibles.html>

FTSE4Good Index Series. (2024, 25 enero). LSEG. <https://www.lseg.com/en/ftse-russell/indices/ftse4good>

<http://filosofia.org>. (s. f.). Valor | Diccionario de Filosofía. <https://www.filosofia.org/enc/fer/1941564b.htm>

La imprescindible construcción de una narrativa empresarial (I). (s. f.). Almuzara Libros. <https://almuzaralibros.com/blog.php?blog=32&edi=1#:~:text=lo%20posible%2C%20elegante.-,La%20narrativa%20empresarial%2C%20b%C3%A1sicamente%2C%20consiste%20en%20contar%20adecuadamente%2C%20de,transmiten%20a%20trav%C3%A9s%20de%20textos.>

lifeder. (2021, 26 febrero). Visión totalizadora: concepto, origen, características, ejemplos. Lifeder. <https://www.lifeder.com/vision-totalizadora/>

Microdatos de Indicadores de Sostenibilidad (CBS). (2023, 5 abril). Banco de España. <https://www.bde.es/wbe/es/para-ciudadano/servicios/belab/contenido/microdatos-disponibles/microdatos-de-indicadores-de-sostenibilidad--cbs-.html>

Misión, visión y valores de una empresa: qué son y cómo definirlos. (2023, 27 diciembre). Santander Open Academy. <https://www.santanderopenacademy.com/es/blog/mision-vision-y-valores.html>

Nirian, P. O. (2021, 31 enero). Estrategia empresarial. Economipedia. <https://economipedia.com/definiciones/estrategia-empresarial.html>

Nuestro propósito. (s. f.). CaixaBank. <https://www.caixabank.com/es/sobre-nosotros/conocenos/nuestro-proposito.html>

Openbank. (2023, 23 enero). ¿Qué son los Planes de Pensiones Sostenibles o ESG? | Open News. El Blog de Openbank | Open News. <https://www.openbank.es/open-news/planes-de-pensiones-sostenibles-o-esg/>

Paez, L. (2023, 21 marzo). Propósito empresarial: ¿Cómo fortalecer los valores y la identidad de la organización? <https://www.crehana.com>. <https://www.crehana.com/blog/transformacion-cultural/proposito-empresarial/>

Pandey, D. M., Agrawal, y J. Pandey. (2010). Huella de carbono: métodos actuales de estimación. Monitoreo y Evaluación Ambient

al, 178(1-4), 135-160.

- Pupo, G. A. R. (2021, 27 abril). Estrategia. Qué es, origen, definición según autores, tipos • Gestipolis. Gestipolis. <https://gestipolis.com/un-concepto-de-estrategia/>
- RepRisk | RepRisk methodology overview. (s. f.-a). <https://www.reprisk.com/news-research/resources/methodology>
- Rey, J. M. M. (2020a, junio 15). Narrativa empresarial, cómo y para qué construirla. Comunicación Vitae. <https://comunicacionvitae.com/narrativa-empresarial-adios-patria-mia-se-feliz/>
- Santander, B. (s. f.). Video 1 [Vídeo]. Banco Santander. <https://www.bancosantander.es/santander-sostenible/tarjetas-sostenibles-ecologicas>
- Santander. (2022). Informe financiero anual consolidado 2022. Madrid: Banco Santander. <https://www.santander.com/content/dam/santander-com/es/documentos/informe-financiero-anual/2022/ifa-2022-informe-financiero-anual-consolidado-es.pdf>
- Sobre nosotros | Banco Santander. (s. f.). <https://www.santander.com/es/sobre-nosotros>
- Ucha, A. P. (2022, 24 noviembre). Grupos de interés – stakeholders. Economipedia. <https://economipedia.com/definiciones/grupos-de-interes.html>
- Wiedmann, T. (2009). Huella de carbono y análisis de insumo-producto: Una introducción. Investigación de Sistemas Económicos, 21, 175-186.

Declaración de Uso de Herramientas de Inteligencia Artificial Generativa en Trabajos Fin de Grado

ADVERTENCIA: Desde la Universidad consideramos que ChatGPT u otras herramientas similares son herramientas muy útiles en la vida académica, aunque su uso queda siempre bajo la responsabilidad del alumno, puesto que las respuestas que proporciona pueden no ser veraces. En este sentido, NO está permitido su uso en la elaboración del Trabajo fin de Grado para generar código porque estas herramientas no son fiables en esa tarea. Aunque el código funcione, no hay garantías de que metodológicamente sea correcto, y es altamente probable que no lo sea.

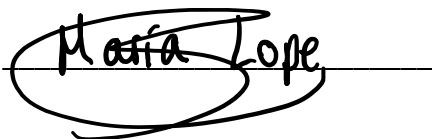
Por la presente, yo, María Lope Santos, estudiante de E6: Administración y Dirección de empresas y Relaciones Internacionales de la Universidad Pontificia Comillas al presentar mi Trabajo Fin de Grado titulado Sostenibilidad y Valores en la Nueva Narrativa Empresarial: Un Estudio de Caso en Bancos Españoles, declaro que he utilizado la herramienta de Inteligencia Artificial Generativa ChatGPT u otras similares de IAG de código sólo en el contexto de las actividades descritas a continuación [el alumno debe mantener solo aquellas en las que se ha usado ChatGPT o similares y borrar el resto. Si no se ha usado ninguna, borrar todas y escribir “no he usado ninguna”]:

1. **Brainstorming de ideas de investigación:** Utilizado para idear y esbozar posibles áreas de investigación.
2. **Referencias:** Usado conjuntamente con otras herramientas, como Science, para identificar referencias preliminares que luego he contrastado y validado.
3. **Metodólogo:** Para descubrir métodos aplicables a problemas específicos de investigación.
4. **Estudios multidisciplinares:** Para comprender perspectivas de otras comunidades sobre temas de naturaleza multidisciplinar.
5. **Corrector de estilo literario y de lenguaje:** Para mejorar la calidad lingüística y estilística del texto.
6. **Sintetizador y divulgador de libros complicados:** Para resumir y comprender literatura compleja.
7. **Revisor:** Para recibir sugerencias sobre cómo mejorar y perfeccionar el trabajo con diferentes niveles de exigencia.
8. **Traductor:** Para traducir textos de un lenguaje a otro.

Afirmo que toda la información y contenido presentados en este trabajo son producto de mi investigación y esfuerzo individual, excepto donde se ha indicado lo contrario y se han dado los créditos correspondientes (he incluido las referencias adecuadas en el TFG y he explicitado para que se ha usado ChatGPT u otras herramientas similares). Soy consciente de las implicaciones académicas y éticas de presentar un trabajo no original y acepto las consecuencias de cualquier violación a esta declaración.

Fecha: [19 de mar. de 24]

Firma:

A handwritten signature in black ink that reads "María Lope". The signature is written in a cursive style and is underlined with a horizontal line.