

Alonso, J.; Saraite, L.; Haro de Rosario, A.; Caba-Perez, C. (2016). Sector bancario a nivel mundial y los factores que influyen en su información sobre responsabilidad social corporativa. *Contaduría Universidad de Antioquia*, 68, 213-233.

Sector bancario a nivel mundial y los factores que influyen en su información sobre responsabilidad social corporativa

Juana Alonso Cañadas

Doctora por la Universidad de Almería en Contabilidad y Finanzas. Actualmente ejerce como consultora y controller financiero en el ámbito de la Pyme, además de colaborar con el grupo de investigación Nuevos Enfoques en Finanzas y Sistemas de Información Empresarial. Ha publicado numerosos artículos en revistas tales como Business Valuation Review, Revista española de capital riesgo, Valuation Strategies.

Laura Saraite

Graduada en Finanzas y Contabilidad. Becaria de Investigación del grupo de investigación Nuevos Enfoques en Finanzas y Sistemas de Información Empresarial.

Arturo Haro de Rosario

Doctor por la Universidad de Almería en Contabilidad y Finanzas y profesor en el Departamento de Economía y Empresa en esta misma universidad. Finanzas. En relación a sus publicaciones, ha publicado en numerosas revistas indexadas en JCR tales como Small Business Economics, Revista Finanzas y Políticas Públicas, Revista de Ciencias Sociales, Transforming Government: People, Process and Policy, Local Government Studies, etc. También ha escrito algunos capítulos de libro (IGI Global y Springer).

Carmen Caba-Perez

*Doctora en Ciencias Económica y Empresariales. Profesora Titular en la Universidad de Almería, acreditada como Catedrática de Universidad por la Agencia Nacional de Evaluación de la Calidad y Acreditación. Es autora de múltiples publicaciones en revistas JCR, incluida The American Review of Public Administration, International Review of Administrative Science, Online Information Review, Government Information Quarterly, Voluntas, Latin American Research Review or Public Administration and Development, Public Relations Review, Information Development, etc. También ha escrito más 15 capítulos de libros internacionales (Kluwer Academic Publishers; IGI Global, Springer, Cappelen Akademisk Forlag).
ccaba@ual.es*

Sector bancario a nivel mundial y los factores que influyen en su información sobre responsabilidad social corporativa

Juana Alonso Cañadas, Laura Saraite, Arturo Haro-De-Rosario y Carmen Caba-Perez

Resumen: *La penalización, por parte de los diferentes stakeholders, de conductas impropias y poco responsables dentro del sector financiero internacional, han derivado en la adquisición de un compromiso con el desempeño socialmente responsable y su divulgación mediante las memorias de sostenibilidad. El presente estudio analiza la divulgación de información sobre responsabilidad social corporativa en el contexto de las entidades de crédito a nivel internacional, identificando qué factores influyen en el volumen de información publicada. El análisis realizado muestra una relación significativa y negativa entre la divulgación de información y los factores explicativos rentabilidad, edad y tamaño de la organización.*

Palabras clave: *responsabilidad social corporativa, divulgación de información, sector financiero internacional.*

Banking sector worldwide and the factors that influence its information about corporate social responsibility

Juana Alonso Cañadas, Laura Saraite, Arturo Haro-De-Rosario y Carmen Caba-Perez

Abstract: *The penalization, on behalf of the different stakeholders, of improper and irresponsible conduct in the international financial sector results in the acquisition of a commitment with a socially responsible performance and its disclosure by the sustainability reports. This research analyses the information disclosure about corporate social responsibility within the context of credit institutions at an international level, identifying the factors that have an influence in the volume of published information. The analysis carried out shows a significant and negative relation between information disclosure and the explanatory factors, profitability and the size of the company.*

Keywords: *Corporate social responsibility, information disclosure, international financial sector.*

Secteur bancaire au niveau mondial et les facteurs influent sur l'information de la responsabilité sociale d'entreprise

Juana Alonso Cañadas, Laura Saraite, Arturo Haro-De-Rosario y Carmen Caba-Perez

Résumé : *La pénalisation, de la part des différents stakeholders, comportements inappropriés et peu responsables au secteur financier international ont amené à l'acquisition d'un engagement avec l'exercice socialement responsable et sa divulgation d'informations au moyen de viabilité. La présente étude analyse la divulgation de renseignements sur responsabilité sociale d'entreprise dans le contexte des établissements de crédit au niveau international, en identifiant les facteurs qu'influent dans le volume d'information publiée. L'analyse effectuée montre une relation significative entre la divulgation de renseignements et les facteurs explicatifs, rentabilité et la taille de l'organisation.*

Mots-Clés : *Responsabilité sociale d'entreprise, divulgation de renseignements, secteur financier international.*

O setor bancário à escala mundial e os fatores que influem em sua informação sobre responsabilidade social corporativa

Juana Alonso Cañadas, Laura Saraite, Arturo Haro-De-Rosario e Carmen Caba-Perez

Resumo: *A penalização, por parte dos diferentes stakeholders, de condutas impróprias e pouco responsáveis dentro do setor financeiro internacional, tem derivado na aquisição de um compromisso com o desempenho socialmente responsável e sua divulgação mediante os relatórios de sustentabilidade. Este estudo analisa a divulgação de informação sobre a responsabilidade social corporativa no contexto das instituições de crédito à escala mundial, identificando quais fatores influem no volume de informação publicada. A análise realizada mostra uma relação significativa e negativa entre a divulgação de informação e os fatores explicativos, a rentabilidade, a idade e o tamanho da organização.*

Palavras-chave: *responsabilidade social corporativa, divulgação de informação, setor financeiro internacional.*

Sector bancario a nivel mundial y los factores que influyen en su información sobre responsabilidad social corporativa

Juana Alonso Cañadas, Laura Saraite, Arturo Haro de Rosario y Carmen Caba-Perez

Primera versión recibida en abril de 2016 - Versión final aceptada en junio de 2016

I. Introducción

Las empresas han evolucionado del tradicional objetivo de maximización de beneficios a la creación de valor para el accionista, estando actualmente afianzada la idea de que una gestión empresarial socialmente responsable tendrá un efecto positivo en la percepción de la sociedad sobre la organización (Stanaland *et al.*, 2011), es una fuente de ventaja competitiva (Alvarado y Schlesinger, 2008), que ayuda a incrementar el valor empresarial (Elkington, 2007), y contribuye a mejorar los resultados financieros (Fülöp *et al.*, 2000 y Orlitzky, 2005). Además, en tiempos de crisis, las actuaciones llevadas a cabo en materia de responsabilidad social serán recibidas por la sociedad de buen agrado, fomentando la simpatía de ésta hacia la empresa (Dean, 2004).

Precisamente, la última crisis financiera ha puesto de manifiesto la necesidad no solo de fomentar comportamientos socialmente responsables en materia social o medioambiental que contribuyan al bienestar común, sino que se debe informar sobre los mismos. La sociedad es cada vez más consciente del impacto que tienen las actuaciones de la empresa en el conjunto de la ciudadanía en todos los niveles: económico, social y medioambiental; por lo cual cada vez demanda más información al respecto.

En la reciente crisis financiera sufrida a nivel mundial, se han visto implicados todos los sectores económicos, siendo uno de los más perjudicados el financiero. Hay incluso quienes culpabilizan al sector financiero de provocar la última recesión económica (Bravo *et al.*, 2011), señalando particularmente el mal funcionamiento de los gobiernos corporativos de los bancos como una de las principales causas (De Andrés y Vallelado, 2008; Khan, 2010 y Laeven, 2013). La pérdida de credibilidad es notable, especialmente en el caso de las entidades de crédito, ante los escándalos derivados de los comportamientos poco

éticos e irresponsables de algunas entidades. En este entorno de pérdida de confianza por parte de los diferentes grupos de interés, el sector bancario ha encontrado en la publicación de las memorias de sostenibilidad y, por tanto, en la responsabilidad social corporativa, una oportunidad para mejorar su imagen y recuperar su reputación (Argandoña, 2009).

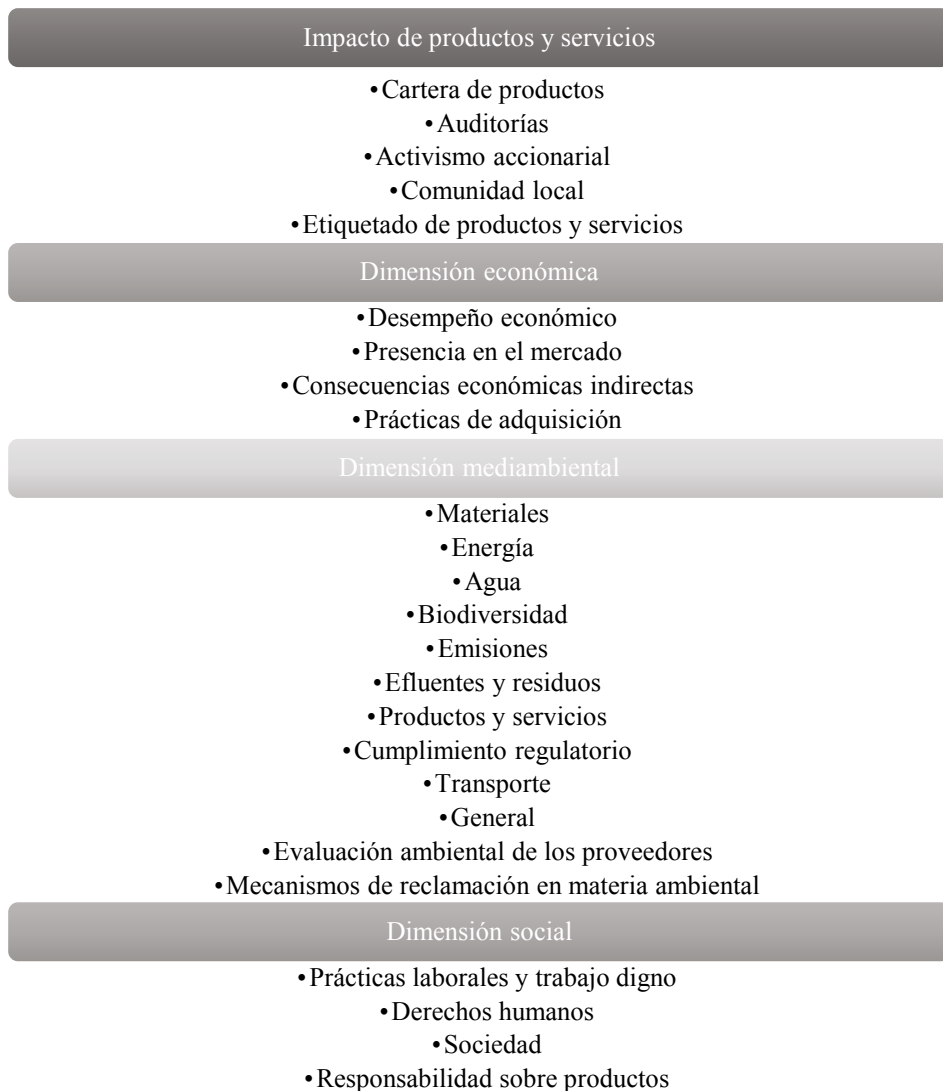
La responsabilidad social corporativa (RSC) representa un compromiso voluntario por parte de las organizaciones con el desarrollo de la sociedad en general, que va más allá de sus obligaciones y de las expectativas que ésta puede tener sobre ella (Mercado y García, 2007). Pese a la amplia aceptación del concepto, no existe una definición consensuada de la RSC (Crespo, 2010; Godfrey y Hatch, 2007 y McWilliams *et al.*, 2006), si bien es cierto que se alude a elementos comunes como son la voluntariedad, la integración, la consistencia y la transparencia de la información (Albareda y Balaguer, 2007) por parte diferentes organismos como son la Asociación Española de Contabilidad y Administración (AECA) y la Comisión Europea. Asimismo, existe otro elemento en común y es el hecho de sustentar la RSC principalmente en dos teorías: la *Teoría de los Stakeholders* (Argandoña, 1998; Donaldson y Preston, 1995; Gray *et al.*, 1996; Mitchel, *et al.*, 1997; Roberts, 1992 y Ullman, 1985), y la *Teoría de la Legitimidad* (Gray *et al.*, 1996). La primera sustenta la idea de que todas las partes interesadas en la empresa deben contribuir al fin de la misma, para generar un bien común, además, el objetivo de la organización debe girar en torno de lo que cada *stakeholder* espera recibir. La segunda teoría alude a la necesidad de la organización de legitimar sus actuaciones a través de la emisión de resultados que puedan ser por todos conocidos. Por ello, las memorias de sostenibilidad son fundamentales para refrendar la actuación de la organización.

Tomando como base los fundamentos de la RSC en un sector tan importante como es el bancario en la economía de cualquier país, se entiende el interés que suscita la divulgación de información sobre RSC en este contexto. Así, este trabajo tiene con fin estudiar qué información voluntaria sobre RSC divulga el sector bancario internacional, analizando especialmente cuáles son los principales factores que inciden en la divulgación de información.

Para lograr el objetivo indicado, el trabajo se divide en seis apartados. Tras la introducción, en el segundo apartado se alude al concepto de la RSC y a su contextualización en el seno del sector financiero. En el tercer apartado se presenta la metodología empleada para el análisis de los determinantes de la información seleccionados, para en el cuarto epígrafe delimitar el ámbito de estudio. El quinto apartado se dedica a la presentación de los resultados, para cerrar el trabajo con las conclusiones.

II. La RSC y el sector bancario

Figura 1. Dimensiones incluidas en el suplemento de divulgación de información para los servicios financieros



Fuente: Elaboración propia.

Pese a la actualidad del tema, la RSC no es concepto de nueva aparición en el mundo empresarial. Su origen se remonta al momento en que las organizaciones basaban la consecución de su riqueza en un mix de factores

productivos, particularmente el factor capital y el factor trabajo humano (Navarro, 2008). En continua evolución, la RSC ha sido objeto de diferentes desarrollos normativos a nivel internacional, hasta llegar a conformarse un marco normativo común bajo el cual cualquier tipo de empresa pueda evaluar y difundir su desempeño en tres ámbitos bien diferenciados, el económico, el ambiental y el social. De entre todos los organismos la *Global Reporting International* (GRI) se ha convertido en el principal referente para la medición y divulgación de la RSC, siendo su principal objetivo ofrecer una base común, fiable y creíble, sobre la cual cualquier organización independiente de su sector, tamaño o nacionalidad, pueda elaborar sus memorias de sostenibilidad. Para ello se emitió la Guía para la Elaboración de Memorias de Sostenibilidad, cuya versión emitida en mayo de 2013 es la actualmente vigente y cuya aplicación está ampliamente extendida.

En el caso particular del sector financiero, la GRI emitió un suplemento de divulgación de información para los servicios financieros, el cual fue publicado en 2008 (GRI, 2008) y desarrollado a partir de las directrices de su antecesor, la G3 de 2006. Este documento contiene una serie de pautas y directrices que son de aplicación para cualquier empresa u organización relacionada con el sector de los servicios financieros que deseen elaborar una memoria de sostenibilidad conforme el criterio de la GRI. Estas memorias reflejan, además de las tres dimensiones generales, una cuarta dedicada al estudio del impacto de productos y servicios financieros, denominado enfoque de gestión específico.

La dimensión aspectos económicos informa, con 9 ítems, sobre los rendimientos económicos y los impactos indirectos que éstos ocasionan en las condiciones económicas de los grupos de interés. La dimensión medioambiental, compuesta por 34 ítems, se refiere al tipo materiales empleados en la actividad, al consumo de agua y energía, biodiversidad, las emisiones y generación de residuos, el cumplimiento con la normativa interna y externa de respeto del medioambiente, así como el uso de los medios de transporte. La parte dedicada a los aspectos sociales cuenta con 48 ítems que recogen información sobre las prácticas y ética laboral en el trabajo, el respeto de los derechos humanos, la relación de la empresa con la sociedad donde se desarrolla su actividad, y la responsabilidad de la entidad sobre los productos que ofrece. Y, en último lugar, la dimensión denominada enfoque de gestión específico analizará, a través de 16 ítems, el impacto de los productos y servicios financieros ofrecidos por la entidad.

El sector bancario no es ajeno a los beneficios derivados de la aplicación de una política empresarial basada en el desempeño socialmente responsable y su divulgación, como fuente de mejora de la competitividad. Las motivaciones que lo llevan a implantar la RSC son variadas; el fortalecimiento de su posición respecto a la competencia y la existencia de un sistema de autorregulación e

instituciones privadas que garanticen y vigilen dicho comportamiento es una de ellas, como demuestran Chih *et al.* (2010) para el mercado chino. Asimismo, para un conjunto de bancos tailandeses, la RSC influye a la hora de elegir una marca u otra (Chomvilailuk y Butcher, 2010). La relación positiva de la RSC y la rentabilidad de la empresa queda patente en el estudio llevado a cabo por Campbell (2007), y en el mismo sentido Coupland (2006) argumenta que los bancos implementan prácticas de responsabilidad corporativa con ánimo de lucro.

Existen también argumentos relacionados con la satisfacción del cliente que promueven la RSC en el seno de la entidad. No en vano, en el caso del sector bancario español, se comprueba el inconformismo de los clientes con la actuación de las entidades financieras en materia de RSC (Perez y Rodríguez, 2012). Sin duda, la RSC tiene un efecto positivo en la satisfacción de los clientes (Senthikumar *et al.*, 2011), potencia la lealtad y promueve una actitud positiva del cliente hacia la empresa (McDonald y Rundle-Thiele, 2008).

Independientemente de las motivaciones para ejercer la RSC en la banca, el desempeño socialmente responsable es un hecho, siendo su máxima expresión la banca ética (Ruiz *et al.*, 2009). El desempeño social es sí mismo es importante, pero es la divulgación de iniciativas y resultados de la RSC lo que contribuye a legitimar las actuaciones llevadas a cabo. En líneas generales, existe cierta despreocupación por parte de la banca respecto a la emisión de información sobre RSC. Así se constata en estudios realizados a nivel internacional donde se comprueba que, pese a que en algunos casos se encuentran pruebas de divulgación de información sobre todo en lo que respecta al desempeño social ligado a cuestiones relacionadas con los recursos humanos (Castelo y Lima, 2008 y Kahn *et al.*, 2009) y con los clientes (Hamid, 2004), existe escasa divulgación de la información sobre otras cuestiones tanto de índole social como medioambiental o económico (Duque *et al.*, 2012).

III. Revisión de la literatura sobre los determinantes de la RSC

De entre todos los aspectos relacionados con la RSC, sin duda uno de los más analizados por la literatura previa es la divulgación de información sostenible junto con el estudio de factores que influyen en la divulgación de información en el desempeño económico, social y medioambiental, o lo que es igual, identificar los determinantes de la divulgación de información sobre RSC (Chivite *et al.*, 2014).

De acuerdo con la revisión realizada, y teniendo en cuenta los trabajos más importantes sobre divulgación de información sostenible e identificación de determinantes, se ha considerado oportuno analizar la influencia de las siguientes variables:

- Tamaño (T). El tamaño de la empresa es una de las variables más estudiadas en la literatura previa, tanto desde el punto de vista de su relación con el desarrollo de actividades de RSC como de su difusión. Bien porque las empresas de mayor tamaño suelen tener más recursos disponibles para afrontar la divulgación de información (Firth, 1979), bien con base en los costes de agencia (Giner, 1997), el tamaño de la empresa medido desde diferentes magnitudes, es un determinante de la divulgación de la RSC.
- En líneas generales, se puede afirmar que existe una relación positiva entre el tamaño de la organización y las actividades de RSC (Patten, 1991; Stanwick y Stanwick, 1998; Chih *et al.*, 2010), así como entre dicha variable y la divulgación de información (Patten, 1991; Hossain *et al.*, 1995; Adams *et al.*, 1998; Brammer y Pavelin, 2006; Cullen y Christopher, 2002; Eng y Mak, 2003; Hamid, 2004; Haniffa y Cooke, 2005; Ghazali, 2007; Reverte, 2009 y Pozniak *et al.*, 2011). Sin embargo, existen algunos trabajos en sentido contrario, de los cuales se deduce que no existe una relación significativa entre la variable tamaño ni con ejercicio de la RSC (McGuire *et al.*, 1988) ni con la divulgación de dicha información (Roberts, 1992).
- En el ámbito que ocupa este estudio, la variable T se ha cuantificado con base en el tamaño del activo total, esperando corroborar la relación positiva que se recoge en estudios previos para diferentes sectores y ámbitos geográficos.
- Rentabilidad (R). Al respecto de esta variable no existe un consenso tan amplio, como en el caso del factor tamaño, sobre el tipo de influencia que ejerce en la divulgación de información. Algunos apuntan que mayores niveles de rentabilidad proporcionarían a la empresa mayores recursos, los cuales pueden ser destinados tanto al desarrollo de la RSC (Preston y O'Bannon, 1997), como a la elaboración y difusión de información derivada de estas actividades (Cowen *et al.*, 1987; Roberts, 1992 e Ismail y Chandler, 2005). En este sentido, existen trabajos que afirman la existencia de una relación positiva entre rentabilidad y divulgación de información (Singh y Ahuja, 1983; Roberts, 1992; Scholtens, 2009). Otros, hallan evidencias de una influencia negativa (Balabanis *et al.*, 1998) justificando el hecho en la existencia de costes adicionales derivados de la inversión en políticas de RSC, que puedan impactar negativamente en los resultados económicos de la empresa.
- La rentabilidad de la empresa se puede cuantificar desde diversas perspectivas (económica o financiera) y con base en diferentes magnitudes de naturaleza contable, de mercado, etc. En este estudio se ha optado por estimar la rentabilidad financiera (ROE) como el cociente entre el resultado del ejercicio y los fondos propios.

- Antigüedad o edad de la organización (*E*). La edad puede plantearse como un factor determinante de la divulgación de información sobre la RSC. Las empresas más antiguas cuentan con una reputación hecha entre sus *stakeholders*. La edad, medida como el número de años transcurridos desde el nacimiento de la organización, tiene una relación positiva con el nivel de divulgación de información de la RSC. Así lo revelan trabajos como el de Choi (1999) y Hamid (2004), mientras que Pozniak *et al.* (2011) no encuentra relación significativa alguna. En este caso se ha medido la edad de la organización considerando el tiempo transcurrido desde su constitución hasta el ejercicio de referencia de las memorias de sostenibilidad analizadas.
- Existencia de informes de revisión independiente (*IE*). La consideración de la existencia o no de informes emitidos por expertos independientes sobre la memoria de sostenibilidad publicada no es habitual en la literatura previa. Precisamente, por ello suscita el interés de este trabajo, dado que puede contribuir en cierta medida al conjunto de variables explicativas consensuadas en estudios previos. Los responsables de la elaboración de las memorias pueden autocalificarse con el objetivo de valorar en qué medida han aplicado los criterios de la GRI3. Esta autoevaluación puede verse reforzada, bien solicitando a la propia GRI que compruebe su auto calificación, bien acompañando la memoria de la opinión de auditores externos o similares. Esta variable de tipo dicotómico, se ha incorporado al modelo estimándose que, en línea con García García-Ayuso *et al.* (2003) y Sáez *et al.* (2014), la existencia de informes emitidos por expertos independientes tenga un efecto positivo en la divulgación de información.
- Igualdad (*I*). La política de igualdad es una pieza clave de la RSC (Sánchez y Montes, 2010). La presencia de la mujer en la empresa, particularmente en los consejos de administración, además de influir positivamente en el gobierno de la empresa (Prieto, 2008), representa una fuente de ideas e innovación que potencia una actitud proactiva en la implantación de iniciativas relacionadas con la ética en el seno de la organización (Prieto y Bendell, 2002). El género es uno de los atributos personales analizados por su posible vinculación con el desempeño socialmente responsable (Strautmanis, 2008), teniendo en cuenta que las mujeres son quienes probablemente se encuentren más sensibilizadas con los problemas sociales y medioambientales de su entorno. Por ello, si la política de igualdad es importante en el desempeño de la RSC. Cabe pensar que aquellas organizaciones que lleven a cabo contrataciones bajo la premisa de igualdad de sexos, también estén interesadas en dar a conocer esta actuación. No en vano cada vez son mayores los esfuerzos, por parte de las instituciones públicas, de fomentar la implantación en las organizaciones

de diversas actuaciones encaminadas a eliminar los obstáculos de las mujeres, no solo a la incorporación al mundo laboral sino a la promoción profesional. Las empresas que lleven a cabo una política de igualdad, actuarán conforme a las demandas sociales, lo cual puede repercutir en una mejora de su imagen y en la obtención de un nivel superior de reputación en el sector. Por ello, se espera que la existencia de un equilibrio en la composición de la plantilla laboral entre hombres y mujeres repercuta en una mayor divulgación de la información, al menos en lo que respecta al ámbito de lo social.

IV. Metodología

Para lograr el objetivo de este estudio y siguiendo a Hackston y Milne (1996), Cho y Patten (2007), Haro *et al.*, (2012) y Sáez *et al.*, (2014), el análisis de los datos se fundamenta en el estudio de los niveles de correlación y en el análisis de regresión, en este caso aplicándose un modelo de regresión Tobit, dadas las características de las variables seleccionadas. Así, y con base en la información divulgada a través de las memorias de sostenibilidad de un conjunto de entidades financieras seleccionadas a nivel internacional, se realiza un análisis explicativo con el objetivo de identificar cuáles son los principales factores que afectan a la divulgación de información sobre RSC en este tipo de organizaciones.

La variable dependiente, Índice de Responsabilidad Global (IRG) (ver expresión 1), es el agregado de los índices parciales de responsabilidad estimados para cada una de las cuatro dimensiones reflejadas en la Guía para la Elaboración de las Memorias de Sostenibilidad y en el Suplemento Sectorial para Servicios Financieros, ambos documentos pertenecientes a la GRI 4 (2013).

$$IRG = IR_{DP} + IR_{DE} + IR_{DA} + IR_{DS} \quad (\text{Expresión 1})$$

La selección de los factores determinantes, que pueden influir de manera significativa en el volumen de información divulgada, se ha realizado tras revisar la literatura previa. Concretamente, los factores identificados como variables independientes del modelo son (ver Tabla 1): el tamaño de la empresa, la rentabilidad, la edad, la igualdad y la existencia de informes emitidos por expertos independientes.

Tabla 1. Determinantes de la divulgación sobre RSC y relaciones esperadas

Variable independiente	Medida	Signo de la relación esperada
Tamaño	Volumen de activo total	Positiva
Rentabilidad	Ratio de rentabilidad (resultado del ejercicio sobre fondos propios)	Positiva
Edad	Número de años en funcionamiento	Positiva
Igualdad	Composición de la plantilla por sexo (% mujeres vs. % hombres)	Positiva
Informe Externo	Si existen vs. No existen	Positiva

Fuente: Elaboración propia.

Tras definir la variable dependiente y seleccionar los posibles factores que ayuden a explicar el nivel de divulgación de información de RSC en el sector, se establece el siguiente modelo econométrico (ver expresión 2) con base en el signo esperado del tipo de influencia ejercida por los determinantes sobre el IRG.

$$IRG_j = \beta_0 + \beta_j T + \beta_j R + \beta_j E + \beta_j IE + \beta_j I \quad (\text{Expresión 2})$$

Dónde

β_0 es el término constante.

β_j son los parámetros de posición.

j es la entidad de crédito analizada.

V. Ámbito de estudio

El sector financiero internacional se compone de diversos tipos de organizaciones, como queda patente en el suplemento financiero al realizar una segmentación del sector con base en el tipo de producto o servicio que ofrecen sus clientes. Concretamente, se hace referencia a cuatro categorías: la banca minorista, la banca comercial empresarial, las organizaciones de gestión de activos y patrimonio y las entidades dedicadas a los seguros. Dicha diferenciación, unida a las limitaciones en el acceso a la información de la población potencialmente seleccionable, ha llevado a seleccionar una muestra compuesta por un solo tipo de organización, las entidades de crédito. Así, se han listado los 50 bancos más grandes del mundo, según el volumen de activos medido al final del ejercicio 2014 (ver Tabla 2), accediendo a sus memorias de sostenibilidad y a sus datos financieros, a través de la información publicada en sus webs corporativas.

La mayoría de los informes analizados, a efectos de paridad comparativa de este estudio, se corresponden con el ejercicio 2014, ya que era el último ejercicio completo disponible en el momento de la realización del mismo. No obstante, y para una minoría de los casos, se han analizado los datos del ejercicio anterior en relación a la publicación de los informes de RSC, para ofrecer una visión más completa.

Tabla 2. Composición de la muestra

	Entidad	País	Activos*		Entidad	País	Activos*
1	Industrial & Commercial Bank of China	China	2.305,72	26	ING Group	Países Bajos	802,17
2	HSBC Holdings plc	Reino Unido	1.998,88	27	Credit Suisse Group	Suiza	717,52
3	China Construction Bank Corporation	China	1.885,90	28	Bank of Communications	China	698,6
4	BNP Paribas	Francia	1.876,22	29	Rabobank Group	Países Bajos	671,8
5	Mitsubishi UFJ Financial Group	Japón	1.818,00	30	Goldman Sachs	EE.UU.	663,53
6	JPMorgan Chase & Co.	EE.UU.	1.794,92	31	Postal Savings Bank of China	China	651,94
7	Agricultural Bank of China	China	1.790,17	32	Credit Mutuel Group	Francia	642,98
8	Bank of China	China	1.764,83	33	Nordea Bank	Suecia	634,19
9	Credit Agricole SA	Francia	1.700,41	34	Intesa Sanpaolo	Italia	622,96
10	Barclays PLC	Reino Unido	1.642,62	35	Morgan Stanley	EE.UU.	602,45
11	Deutsche Bank	Alemania	1.630,90	36	BBVA (Banco Bilbao Vizcaya Argentaria)	España	597,06
12	Bank of America	EE.UU.	1.557,86	37	Toronto-Dominion Bank	Canadá	587,88
13	Japón Post Bank	Japón	1.426,28	38	Royal Bank of Canadá	Canadá	587,51
14	Citigroup Inc	EE.UU.	1.373,00	39	Norinchukin Bank	Japón	585,57
15	Societe Generale Group	Francia	1.261,41	40	Commerzbank	Alemania	572,27
16	Mizuho Financial Group	Japón	1.238,30	41	National Australia Bank	Australia	567,92
17	Royal Bank of Scotland Group	Reino Unido	1.234,75	42	Commonwealth Bank of Australia	Australia	524,93
18	Banco Santander	España	1.164,66	43	Bank of Nova Scotia (Scotiabank)	Canadá	519,23
19	Sumitomo Mitsui Financial Group	Japón	1.137,67	44	China Merchants Bank	China	514,61
20	Groupe BPCE	Francia	1.136,15	45	Australia and New Zealand Banking Group	Australia	495,09
21	Wells Fargo	EE.UU.	1.120,80	46	Westpac Banking Corporation	Australia	489,42
22	Lloyds Banking Group	Reino Unido	1.016,02	47	Standard Chartered	Reino Unido	488,68
23	China Development Bank	China	956,65	48	China CITIC Bank Corp	China	465,18
24	UniCreditS.p.A.	Italia	838,70	49	KfW Bankengruppe	Alemania	462,39
25	UBS	Suiza	802,87	50	Industrial Bank Co. Ltd	China	443,17

*Valor del activo expresado en miles de millones de €

Fuente: Elaboración propia a partir del ranking de empresas seleccionado.

De las 50 entidades financieras seleccionadas, Europa tiene la mayor representación con un número de bancos que suponen el 44% del total. Particularmente, en el ranking se incluyen 5 entidades francesas, 3 alemanas, 2 españolas, 2 italianas, 2 bancos suizos, 2 organizaciones de los Países Bajos y 1 banco sueco. Le sigue el continente asiático con un 30% de total de la muestra (10 entidades chinas y 5 de nacionalidad japonesa), Norteamérica con un 18% (6 estadounidenses y 3 canadienses) y en último lugar Oceanía, con la presencia de 4 bancos australianos.

Centrando la atención a nivel de país, es destacable el caso de China, quien además de tener el mayor número de representantes en la muestra, ocupa la primera posición en el ranking con su Banco Industrial al estar valorados sus activos en más de 2,3 billones de euros. La segunda posición es para el banco inglés HSBC, con casi 2 billones de euros en activos, seguido de otro gigante asiático como es el chino Construction Bank Corporation, al cuantificarse sus activos en casi 1,9 billones de euros.

VI. Análisis explicativo: resultados

En primer lugar, ha de hacerse referencia tanto al IRG como a los índices parciales estimados para cada una de las dimensiones. Así, se puede comprobar que el 38% de los ítems que componen la memoria de sostenibilidad son divulgados en las memorias de los bancos que componen la muestra. Similar dato se observa al prestar atención al índice de divulgación parcial relacionado con los aspectos sociales y medioambientales. En ambos casos, se recoge un 35% respectivamente de los ítems recomendados por la GRI. Algo mayor es el número atendido por la dimensión específica de impacto de los productos y servicios, donde se divulgan el 44% de los ítems, mientras que el desempeño económico recoge el 56%.

El análisis de las correlaciones muestra que un moderado grado de correlación entre la variable existencia de informe independiente y la edad, el tamaño y la igualdad (ver Tabla 3). No obstante, esta correlación, de acuerdo con Nachtsheim et al. (2004), no supone ningún problema de multicolinealidad que pueda comprometer el modelo, por tanto, se mantienen todas las variables a la hora de realizar en análisis explicativo.

Tabla 3. Matriz de correlaciones de Pearson

		Edad	Tamaño	Rentabilidad	Igualdad	Informe Externo
Edad	Correlación de Pearson	1				
	Sig. (bilateral)					
Tamaño	Correlación de Pearson	-0,2084	1			
	Sig. (bilateral)	0,1507				
Rentabilidad	Correlación de Pearson	-0,0440	-0,0601	1		
	Sig. (bilateral)	0,7642	0,6817			
Igualdad	Correlación de Pearson	-0,0877	0,2264	0,0108	1	
	Sig. (bilateral)	0,6007	0,1717	0,9488		
Informe Externo	Correlación de Pearson	-0,2859	-0,2446	0,0385	0,2999	1
	Sig. (bilateral)	0,0465**	0,0903*	0,7929	0,0674*	

* Correlación significativa al nivel 0,1 (bilateral).

** Correlación significativa al nivel 0,05 (bilateral).

*** Correlación significativa al nivel 0,01 (bilateral).

Fuente: elaboración propia.

El modelo global, donde se mide la influencia de las variables sobre el índice de divulgación de información sobre RSC total, es significativo. En líneas generales, 3 de los 5 factores seleccionados tienen un efecto importante sobre la variable dependiente. Es destacable el determinante “rentabilidad”, ya que afecta tanto a la divulgación de información sobre sostenibilidad en términos globales, como a la información difundida sobre la dimensión de productos y servicios, ambiental y social (ver Tabla 4 y 5). Pese a que, en general, los estudios previos avalan la idea de que las empresas que presentan mayores niveles de rentabilidad también realizan un mayor esfuerzo en el desempeño socialmente responsable, así como en la divulgación de la información sobre RSC, los resultados encontrados en este estudio muestran lo contrario. Así, en contra de lo que viene reflejándose en la literatura previa, particularmente, en el sector bancario a nivel internacional, la rentabilidad tiene un efecto negativo tanto sobre la divulgación de información del IRG como en el caso de la dimensión de productos y servicios, social y ambiental. Es decir, a mayor rentabilidad menor divulgación y a menor rentabilidad, mayor emisión de información.

Tabla 4. Resultados de la regresión del modelo IRG

LR Chi2(5)	11,62**		
IRG	Coefficiente	Error Típico	t
Tamaño	-0,0000886	0,0000615	-1,44
Edad	-0,0483327	0,0285833	-1,69
Rentabilidad	-0,0143002	0,0044997	-3,18***
Igualdad	-0,1299369	0,2737579	-0,47
Informe Externo	-0,0125694	0,0644857	-0,19
Constante	0,878027	0,1836057	4,78

Significatividad al nivel 0.10*. Significatividad al nivel 0.05**. Significatividad al nivel 0.01***

Fuente: Elaboración propia.

Tabla 5. Resultados de la regresión del modelo de índices parciales

LR Chi2(5)	Dimensión Productos (IRDP)		Dimensión Económica (IRDE)		Dimensión Ambiental (IRDA)		Dimensión Social (IRDS)	
	10,04*	6,05	12,75**	10,2*				
	Coefficiente	t	Coefficiente	t	Coefficiente	t	Coefficiente	t
Tamaño	-0,0000728	0,49	-0,0001228	-1,48	-0,0000726	-1,14	-0,0001504	-2,06**
Edad	-0,0338392	-0,49	-0,0671759	-1,73*	-0,0751582	-2,53**	-0,0359813	-1,06
Rentabilidad	-0,0291549	-2,54**	-0,00719	-1,19	-0,0137904	-2,90***	-0,015397	-2,89***
Igualdad	-0,6133262	-0,93	-0,122081	-0,33	-0,1053161	-0,37	-0,0180105	-0,06
Informe Ext.	0,250695	1,60	0,034741	0,40	-0,039944	-0,60	-0,0524299	-0,69
Constante	0,9410321	2,11	1,074987	4,30	0,9068208	4,79	0,8510823	3,92

Significatividad al nivel 0.10*. Significatividad al nivel 0.05**. Significatividad al nivel 0.01***

Fuente: Elaboración propia.

La justificación a este comportamiento puede encontrarse en el tipo de entidades seleccionadas. Es decir, el hecho de analizar las 50 entidades más grandes según sus activos del conjunto bancario internacional, supone trabajar con organizaciones que tienen una posición consolidada en el mercado, así como una reputación de marca e imagen corporativa afianzada. Esto hace que, pese a lo esperado, puedan no necesitar difundir información sobre sus actuaciones en materia de responsabilidad social dado que ello les puede llevar a pensar que no va a suponer una fuente de ventaja competitiva. Por el contrario, las empresas con menores niveles de rentabilidad, pueden estar realizando un esfuerzo en esta materia para conseguir reforzar su posición sectorial y mejorar la imagen de marca y reputación, de tal modo que atraiga la atención de los diferentes grupos de interés, especialmente de clientes e inversores.

Respecto a la variable “tamaño” cabe destacar el hecho de que los resultados, al contrario de lo esperado, solo presentan un efecto significativo sobre el índice parcial de divulgación de información de la dimensión social, siendo además el efecto que ejerce sobre la variable independiente contrario al encontrado de manera generalizada por estudios previos. Es decir, en la dimensión que representa el desempeño social, el tamaño afecta de manera negativa a la divulgación de información, siendo esta menor cuanto mayor es el tamaño de la entidad de crédito. Esto confirma los resultados de estudios como los realizados por Roberts (1992), quien no encontraba relación entre el tamaño de la organización y la divulgación de información. A la vista de este resultado, puede plantearse el hecho de que las entidades de menor tamaño divulguen más información sobre su desempeño social, ya que estarán más preocupadas por mejorar su posición en el mercado, sobre todo en lo que respecta a legitimar su comportamiento de cara a la sociedad en general.

En el mismo sentido se comporta la variable “edad”. En línea con Choi (1999) y Hamid (2004), este factor afecta significativamente a la divulgación de la información, pero solo en lo que respecta al desempeño de lo social y económico. Contrariamente a lo que se esperaba, el efecto sobre el índice parcial es negativo, lo cual indica que las empresas más antiguas divulgan menos información. El banco más antiguo de la muestra seleccionada cuenta con más de 300 años de historia en el sector y el más joven con apenas 5 años, siendo la edad media de 81 años. Esto lleva a plantear la posibilidad de que las empresas con más edad están menos preocupadas por la divulgación de información sobre RSC, en cualquiera de sus dimensiones.

Sin embargo, las empresas más jóvenes difunden mayor información, lo cual es razonable partiendo de la idea de que la emisión de información sobre el desempeño socialmente responsable puede constituir una ventaja competitiva, y son las organizaciones más jóvenes aquellas que deben aprovechar la oportunidad que les ofrece esta herramienta corporativa para mejorar su competitividad.

Los determinantes “igualdad” e “informes de expertos independientes” carecen de capacidad explicativa sobre el índice de divulgación de responsabilidad global, así como sobre los índices parciales. Esto confirma que, en el contexto de la banca internacional, y particularmente, en el caso de los 50 bancos más importantes según el volumen de activos, estos determinantes no son válidos para explicar la divulgación de información sobre RSC.

VII. Conclusiones

Las entidades financieras han sido el centro de atención de diferentes grupos de interés (instituciones públicas, inversores, clientes y la ciudadanía en general). El impacto que pueden tener determinadas actuaciones y/o

comportamientos alejados de los estándares éticos aceptables para cualquier individuo, debilita la imagen que la sociedad percibe de ellas y, por tanto, comprometen su sostenibilidad a medio y largo plazo.

La imagen y reputación de estas entidades se ha visto dañada tras la última crisis vivida, lo cual ha desembocado en una pérdida de confianza por parte del público en general. La implantación de políticas socialmente responsables y su posterior divulgación a través de las memorias de sostenibilidad constituyen una herramienta al servicio de la empresa para mejorar su imagen y recuperar su reputación.

La importancia en la emisión de información junto con las características del sector financiero ha llevado a la emisión, por parte de la GRI, de un Suplemento Sectorial para Servicios Financieros, compuesto por 107 ítems clasificados en cuatro bloques informativos.

Del estudio llevado a cabo sobre una muestra compuesta por los 50 bancos internacionales más importantes, según su volumen de activos, se concluye que la dimensión más informada es la económica, seguida de la referida al impacto de productos y servicios, y de la social y medioambiental.

La voluntariedad en la emisión de información sobre RSC lleva a plantearse si las entidades financieras son proclives a la divulgación de este tipo de información, o si existen determinados factores que contribuyan a una mayor o menor transparencia informativa. Tras analizar los principales trabajos de divulgación de información sostenible, se llega a la conclusión de que existen no solo diferentes factores que influyen en la divulgación de información, sino resultados, en algunos casos, contrapuestos en cuando al signo de la influencia ejercida.

En este estudio se han identificado como variables explicativas de la divulgación de RSC, la rentabilidad, el tamaño de la organización y la edad. La rentabilidad tiene un efecto negativo tanto sobre la divulgación de información del IRG como sobre la dimensión dedicada al impacto de los productos y servicios, al desempeño social y ambiental. La edad, de igual manera tiene un impacto negativo sobre el índice de divulgación económica y ambiental, mientras que el tamaño afecta negativamente al índice de divulgación social.

Como principal conclusión a los resultados de este estudio, sorprende el comportamiento, en sentido contrario a lo estipulado en la literatura previa, de las variables identificadas como determinantes de la divulgación sobre RSC. Posiblemente esto tenga su explicación en el hecho de que pese a lo extendido de la RSC la banca aún no haya asumido un cambio cultural en el seno de la organización encaminado a este tipo de políticas y actuaciones en línea con la ética y la moral. Asimismo, de los resultados se desprende que son las entidades con mayor rentabilidad, de mayor tamaño y más antiguas las que realizan un menor esfuerzo de divulgación, en contraposición a las menos rentables, más

jóvenes y de menor tamaño, las cuales quizás sean conscientes del beneficio que pueda traerles un desempeño socialmente responsable y la divulgación de estas prácticas.

Para finalizar, se debe aludir a las limitaciones de este estudio, ya que la dificultad en el acceso a la información, especialmente, en el contexto internacional supone trabajar con una muestra relativamente pequeña. Por ello, como futuras líneas de investigación se propone abordar el estudio con una muestra más amplia que posibilite la realización de análisis comparativos a nivel de países, así como realizar un estudio de corte longitudinal que permita analizar la evolución de la divulgación de información y sus determinantes en el tiempo.

Referencias bibliográficas

- Adams, C.A., Hill, W.Y. & Roberts, C.B. (1998). Corporate social reporting practices in western Europe: legitimating corporate behaviour. *The British Accounting Review*, 30(1), 1- 21.
- AECA (2004). *Marco Conceptual de la Responsabilidad Social Corporativa*. Comisión de Responsabilidad Social Corporativa.
- Albareda, L. & Balaguer, M.R. (2007). *La responsabilidad social de la empresa y los resultados financieros*. Contabilidad y dirección, Barcelona.
- Alvarado, A., & Schlesinger, M. (2008). Dimensionalidad de la responsabilidad social empresarial percibida y sus efectos sobre la imagen y la reputación: una aproximación desde el modelo de Carroll. *Estudios Gerenciales*, 24, 37-59.
- Argandoña, A., (1998). *La teoría de los stakeholders y el bien común*. División de investigación IESE. Universidad De Navarra. Documento de Investigación nº. 355, Enero.
- Argandoña, A. (2009). ¿Puede la responsabilidad social corporativa ayudar a entender la crisis financiera? División de investigación IESE. Documento de Investigación nº 790, Universidad De Navarra, Marzo.
- Bansal, P. (2005). Evolving sustainably: a longitudinal study of corporate sustainable development. *Strategic Management Journal*, 26, 197-218.
- Balabanis, G., Philips, H.G. & Lyall, J. (1998). Corporate social responsibility and economic performance in the top British companies: are they linked. *European Business Review*, 98(8), 25- 44.
- Brammer, S. & Pavelin, S. (2008). Factors influencing the quality of corporate environmental disclosure. *Business Strategy and the Environment*, 17, 120-136.
- Bravo, R., Matute, J. & Pina, J. (2011). *Corporate social responsibility as a key element of banks' identity: a content analysis*. 40th Emac Conference, Ljubljana, (Eslovenia).
- Campbell, J. (2007). Why would corporations behave in socially responsible ways? An institutional theory of corporate social responsibility. *Academy of Management Review*, 32(3), 946-967.
- Castelo, M. & Lima, L. (2008). Social responsibility disclosure: a study of proxies for the public visibility of Portuguese banks. *The British Accounting Review*, 40, 161-181.
- Chih, H. L., Chih, H. H. & Chen, T. (2010). On the determinants of corporate social responsibility: international evidence of the financial industry. *Journal of Business Ethics*, 93, 115-135.
- Chivite, M.P., Enciso, V., García, B. & Túa, J. (2014). Determinantes de la responsabilidad social corporativa: la crisis y el efecto contagio. Ciriec-España, *Revista de Economía Pública, Social y Cooperativa*, 81, 127-161.
- Cho, C.H., & Patten, D.M., (2007). The role of environmental disclosures as tools of legitimacy: a research note. *Accounting, Organizations and Society*, 3 (7/8), 639- 647.

- Chomvilailuk, R. & Butcher, K. (2010). Enhancing brand preference through corporate social responsibility initiatives in the Thai banking sector. *Asia Pacific Journal of Marketing and Logistics*, 22(3), 397-418.
- Choi, J. S. (1999). An investigation of the initial voluntary environmental disclosures made in Korean semi-annual financial reports. *Pacific Accounting Review*, 11(1), 73-102.
- Coupland, C. (2006). Corporate social and environmental responsibility in web-based reports: currency in the banking sector? *Critical Perspectives on Accounting*, 17, 865-881.
- Cowen, S. S., Ferreri, L. B., & Parker, L. D. (1987). The impact of corporate characteristics on social responsibility disclosure: a typology and frequency-based analysis. *Accounting, Organizations and Society*, 12(2), 111-122.
- Crespo, F. (2010). Entre el concepto y la práctica: responsabilidad social. *Estudios Gerenciales*, 26 (117), 119-130.
- Cullen, L. & Christopher, T. (2002). Governance disclosures and firm characteristics of listed Australian mining companies. *International Journal of Business Studies*, 10(1), 37-58.
- Dean, D.H. (2004). Consumer Reaction To Negative Publicity., *Journal of Business Communication*, 41(2), 192-211.
- De Andrés, P. & Vallelado, E. (2008). Corporate governance in banking: the role of The board of directors. *Journal of Banking and Finance*, 32(12), 2570-2580.
- Donaldson, T., & Preston, L.E., (1995). The stakeholders theory of the corporation: concepts, evidence and implications. *Academy of Management Review*, 20(1), 65-91.
- Duque, Y.V., Martínez, D. & Botón, S.L. (2012). Una revisión a la investigación en responsabilidad social corporativa en el sector bancario. *Equidad Desarrollo*, 18, 121-150.
- Eng, L.L. & Mak, Y.T. (2003). Corporate governance and voluntary disclosure. *Journal of Accounting and Public Policy*, 22, 325-345.
- Elkington, J. (1997). *Cannibals with Forks. The triple bottom line of 21st century business*. Capstone, Oxford, Inglaterra.
- Fülöp, G., Hisrich, R. & Szegedi, K. (2000). Business ethics and social responsibility in transition economies. *Journal of Management Development*, 19(1), 5-31.
- Firth, M. (1979). The impact of size, stock market listing and auditors on voluntary disclosure in corporate annual reports. *Accounting and Business Research*, Autumn, 273-280.
- García-Ayuso, M., Ruiz, I. & Zamora, C. (2003). *Una aproximación a las relaciones de gobierno corporativo en las empresas españolas*. XII Congreso AECA, 2009. Cádiz, España.
- Gao, S. S., Heravi, S. & Xiao, J. Z. (2005). Determinants of corporate social and environmental reporting in Hong Kong: a research note. *Accounting Forum*, 29, 233-242.
- Godfrey, P.C. & Hatch, N.W. (2007). Researching corporate social responsibility: an agenda for the 21st century. *Journal of Business Ethics*, 70, 87-98.
- Gray R. H., Owen D. L. & Adams C. (1996). *Accounting and accountability, changes and challenges in corporate social and environmental reporting*. Prentice Hall, Hemel Hempstead.
- Global Reporting Initiative (GRI) (2013). *Financial Services Sector. Suplemento de la Gri 4 para entidades y servicios financieros*. Acceso en www.globalreporting.org
- Global Reporting Initiative (2011). *Guía Para La Elaboración De Memorias De Sostenibilidad*. Amsterdam.
- Giner, B. (1997). The influence of company characteristics and accounting regulation on information disclosed by Spanish firms. *European Accounting Review*, 6(1), 45-68.
- Ghazali, N. (2007). Ownership structure and corporate social responsibility disclosure: some Malaysian evidence. *Corporate Governance*, 7(3), 251-266.
- Hackston, D. & Milne, M.J. (1996). Some determinants of social and environmental disclosures in New Zealand companies. *Accounting, Auditing and Accountability Journal*, 9(1), 77-108.

- Hamid, F. (2004). Corporate social disclosure by banks and finance companies: Malaysian evidence. *Corporate Ownership and Control*, 1(4), 118-130.
- Haniffa, R.M. & Cooke, T.E. (2005). The impact of culture and governance on corporate social reporting. *Journal of Accounting and Public Policy*, 24,391-430.
- Haro, A. Alarcón, F. & Caba, C. (2012). Los determinantes de la divulgación de información sobre responsabilidad social corporativa en el sector financiero: el caso español. *Rev.Fac.Cienc.Econ.*, 20(1), 189-205.
- Hassan, A. (2009). Corporate social responsibility of Islamic financial institutions and businesses. *Humanomics*, 25(3), 177-188.
- Hassan, A. & Syafri, S. (2009). Exploring corporate social responsibility disclosure: the case of Islamic banks. *International Journal of Islamic and Middle Eastern Finance and Management*, 3(3), 203-227.
- Hossain, M., Perera, H.B. & Rahman, A.R. (1995). Voluntary disclosure in the annual reports of New Zealand companies. *Journal of International Financial Management and Accounting*, 6(1), 69-87.
- Ismail, K.N. & Chandler, R. (2005). Disclosure in the quarterly reports of Malaysian companies. *Financial Reporting, Regulation and Governance*, 4(1), 1-26.
- Khan, M. (2010). The effect of corporate governance elements on corporate social responsibility (CSR) reporting: empirical evidence from private commercial banks of Bangladesh. *International Journal of Law and Management*, 52(2), 82-109.
- Kahn, M., Halabi, A. K. & Samy, M. (2009). Corporate social responsibility (CSR) reporting: a study of selected banking companies in Bangladesh. *Social Responsibility Journal*, 5 (3), 344-357.
- Laeven, L. (2013). Corporate governance: what's special about banks? *Annual Review of Financial Economics*, 5(1), 63-92.
- Mcdonald, L. & Rundle-Thiele, S. (2008). Corporate social responsibility and banks customer satisfaction: a research agenda. *International Journal of Bank Marketing*, 26(3), 170-182.
- Mcguire, J.B., Sundgren, A. & Scheneeweis, T. (1988). Corporate social responsibility and firm financial performance. *Academy of Management Journal*, 31(4), 854-872.
- Mcwilliams, A., Siegel, D. & Wright, P. (2006). Corporate social responsibility: strategic implications. *Journal of Management Studies*, 43, 1-18.
- Mercado, P. & Garcia, P. (2007). La responsabilidad social en empresas del valle de Toluca (México): un estudio exploratorio. *Estudios Gerenciales*, 23(102), 119-135.
- Mitchell, R. K., Agle, B. R. & Wood, D.J. (1997). Toward a theory of stakeholder identification and salience: defining the principle of who and what really counts. *The Academy of Management Review*, 22(4), 853-886.
- Navarro, F. (2008). *Responsabilidad social corporativa: teoría y práctica*. Esic Editorial.
- Nachtsheim, C.J., Neter, J., Kutner, M.H. & Wasserman, W. (2004). *Applied Linear Regression Models*. Irwin, McGraw-Hill.
- Orlitzky, M. (2005). Social responsibility and financial performance: trade-off or virtuous circle? *University of Auckland Business Review*, 7(1), 37-43.
- Patten, D.M. (1991). Exposure, legitimacy, and social disclosure. *Journal of Accounting and Public Policy*, (10), 297-308.
- Perez, A. & Rodríguez, I. (2012). La imagen de responsabilidad social corporativa en un contexto de crisis económica: el caso del sector financiero en España. *Universia Business Review*, primer trimestre, 14-29.
- Pozniak, L. Ferauge, P. Arnone, L. & Geerts, A. (2011). Determinants of internet corporate social responsibility communication. *Global Journal of Business Research*, 5(4),1-14.
- Preston, L.E. & O'Bannon, D.P. (1997). The corporate social-financial performance relationship. *Business and Society*, 36(4), 419-429.

- Prieto, M. (2008). Women workers, industrialization, global supply chains and corporate codes of conduct. *Journal of Business Ethics*, 83(1), 5-17.
- Prieto, M. & Bendell, J. (2002). *If you want to help us then start listening to us! From factories and plantations women speak out about corporate responsibility*. New Academy of Business, Bristol.
- Reverte, C. (2009). Determinants of corporate social responsibility disclosure ratings by spanish listed firms. *Journal of Business Ethics*, 88, 351-366.
- Roberts, R. (1992). Determinants of corporate social responsibility disclosure: an application of stakeholder theory. *Accounting, Organizations and Society*, 17(6), 595-612.
- Ruiz, M., Ríos, A. & Tirado, P. (2009). La responsabilidad social y la crisis económica. Responden las entidades financieras españolas a los grupos de interés. *Revista de Economía Pública, Social y Cooperativa*, 65, 33-58.
- Sáenz, A., Haro, A., Caba, M.C. del C. & Benítez, M.N. (2014). Determinantes de la información sostenible divulgada por las empresas de electricidad: un estudio internacional. *Revista Retos*, 7(1), 15-28.
- Sánchez, R. & Montes, A. (2010). Las políticas de igualdad de género uno de los pilares de la responsabilidad social corporativa. *Revista del Ministerio de Trabajo e Inmigración*, 89, 17-45.
- Scholtens, B. (2009). Corporate social responsibility in the international banking industry. *Journal of Business Ethics*, 86, 159-175.
- Senthikumar, N., Ananth, A. & Arulraj, A. (2011). Impact of corporate social responsibility on customer satisfaction in banking service. *African Journal of Business Management*, 5 (7), 3028-3039.
- Singh, D.R. & Ahuja, J.M. (1983). Corporate social reporting in India. *The International Journal of Accounting*, Spring, 151-69.
- Stanaland, A.J.S., Lwin, M.O. & Murphy, P.E. (2011). Consumer perceptions of the antecedents and consequences of corporate social responsibility. *Journal of Business Ethics*, 102, 47-55.
- Stanwick, P.A. & Stanwick, S.D. (1998). The relationship between corporate social performance and organizational size. *Journal of Business Ethics*, 17(2), 195-204.
- Strautmanis, J. (2008). Employees' values orientation in the context of corporate social responsibility. *Baltic Journal of Management*, 3(3), 346-58.