

La Obra Social y la opinión pública

ELISA CHULIÁ*

La Obra Social –junto con la lucha contra la exclusión financiera, elemento fundamental de identidad institucional de las cajas de ahorros– ha suscitado en los últimos años creciente atención como objeto de análisis. A ello ha contribuido seguramente el notable incremento, en términos absolutos, de las dotaciones a la Obra Social. Desde los años ochenta, las cajas de ahorros han venido destinando entre un 25 y un 30 por 100 de sus beneficios a financiar actividades de Obra Social. Pero si a finales de aquella década esos porcentajes representaban algo más de 200 millones de euros, a principios de este nuevo siglo superaban los mil millones; en 2007, el año en que se registró la cifra más alta, las cajas aportaron a la Obra Social fondos por encima de los 1.900 millones¹. Para obtener una idea del orden de magnitud de estas sumas, cabe recordar, por ejemplo, que el crédito asignado en la Ley de Presupuestos Generales del Estado para el año 2011 a la política de cultura rondó 1.105 millones de euros, y a la política de servicios sociales y promoción social, 2.520 millones de euros.

Este aumento de recursos de la Obra Social, unido a la mayor disponibilidad de información pública sobre su desempeño y al impulso que, en el ámbito de la política y la discusión pública, han recibido las cuestiones en torno a la responsabilidad social y la cultura corporativas, ha favorecido ese interés descriptivo y analítico por la Obra Social. Las

* Gabinete de Estudios Sociales (FUNCAS).

¹ Para obtener la cantidad total de recursos invertidos por la Obra Social, a estas aportaciones habría que añadir los ingresos generados por actividades y las subvenciones. En 2009, estos ingresos reinvertidos se situaron en 125 millones.

investigaciones han centrado la atención, sobre todo, en la oferta de servicios, de forma agregada e individual (por entidades), examinando su evolución, tratando de identificar los factores que influyen en su diversa composición o valorando el impacto que tiene en la captación de clientes². Más escasos han sido los estudios sobre la demanda. Entre ellos, cabe citar el de Esteller-Moré, Jorba y Solé-Ollé (2007), que realizaron una encuesta representativa de la población española a partir de un cuestionario específicamente diseñado para conocer las preferencias sociales en la asignación del gasto de la Obra Social. Los autores argumentaron acertadamente que la legitimidad de las cajas depende, en buena medida, de la valoración que la sociedad haga de su actividad social. Pero obviamente la medida de ese prestigio o esa credibilidad que, en ocasiones, se denomina “legitimidad” reside en más factores que en la adecuación entre las preferencias sociales de composición de la Obra Social y la asignación de su gasto real. Sin restar importancia a estas cuestiones, previamente a su discusión conviene saber, por ejemplo, en qué medida conoce la población la Obra Social, con qué actividades la asocia y cuánta gente disfruta (o es consciente de disfrutar) de su oferta.

Partiendo de esta reflexión, en las siguientes páginas se presentan algunos datos sobre la opinión pública española ante la Obra Social de las cajas de ahorros. Los datos proceden de diferentes encuestas realizadas por la Fundación de las Cajas de Ahorros en los últimos años, en cuyos cuestionarios se inclu-

² Véanse, por ejemplo, Carbó y Rodríguez (1998), Castelló (2003), López Iturriaga *et al.* (2007) y Zapico *et al.* (2008).

yeron preguntas relativas a la Obra Social³. Del análisis de estos datos se desprende que la Obra Social ha ganado presencia pública, si bien muchos ciudadanos carecen de una idea precisa sobre sus actividades concretas. Los datos más recientes apuntan que la actual reforma de las cajas no sólo no disuelve la vinculación en el imaginario colectivo entre ellas y la Obra Social, sino que se percibe por muchos como un expediente para mejorar los recursos destinados a tal fin.

Aunque los datos de encuesta que se exponen aquí se refieren específicamente a la Obra Social, importa destacar que esta no agota el impacto social que la población atribuye a las cajas. Si de algo parece ser consciente la sociedad española en cuestiones relacionadas con el papel de las cajas en el sistema financiero español, es de su contribución al acceso de mucha gente a servicios financieros y créditos.

Así lo indica con claridad que casi la mitad de la población esté “muy” o “bastante de acuerdo” con la opinión de que “si desaparecieran las cajas, buena parte de la población no podría acceder a servicios financieros tales como créditos para comprar vivienda o para montar pequeños negocios”. Se advierte la estabilidad de esta opinión en los últimos años de crisis y consiguiente menoscabo de la imagen de las entidades financieras (cuadro 1). A este respecto llama la atención que, según la encuesta de 2010, la opinión de los jóvenes sobre la contri-

³ Las encuestas (telefónicas y asistidas por ordenador) se realizaron en 1996, 2006, 2008, 2009, 2010 y 2011, y se aplicaron a muestras representativas de la población española de entre 1.140 y 3.046 entrevistados.

bución de las cajas a la inclusión financiera no es más débil que la registrada en los grupos de más edad, incluso está más extendida que entre los entrevistados mayores (65 o más años). Las diferencias de opinión son más sustantivas cuando se compara entre clientes de bancos y de cajas, pero también aquí se comprueba que más de cuatro de cada diez clientes de bancos consideran que las cajas realizan una labor importante de inclusión financiera, proporción que en el caso de los clientes de cajas se eleva a cinco de cada diez. Los datos indican, por tanto, que esta es una opinión no sólo bastante generalizada, sino también homogéneamente distribuida entre los diferentes grupos de la población española.

1. CONOCIMIENTO Y DISFRUTE DE LA OBRA SOCIAL

Los esfuerzos que en los últimos años han llevado a cabo las cajas de ahorros para dar a conocer la Obra Social parecen haber surtido efecto: si según los datos de dos encuestas realizadas en 1996 y 2006, aproximadamente seis de cada diez entrevistados habían oído hablar de la Obra Social, en 2008 la proporción había ascendido a siete de cada diez. En 2011, los entrevistados que tenían referencias de la Obra Social ya representaban prácticamente cuatro quintas partes de la muestra (cuadro 2). Esta proporción todavía resultaba algo más elevada en algunas comunidades autónomas, como Madrid y Cataluña. Cabe señalar que el conocimiento de la Obra Social no discrimina claramente a los clientes de cajas y bancos, aunque es algo mayor entre los primeros.

CUADRO 1

CONTRIBUCIÓN DE LAS CAJAS A LA INCLUSIÓN FINANCIERA

	2006 %	2008 %	2009 %	2010 %
Muy de acuerdo	17,7	17,6	14,9	13,7
Bastante de acuerdo	23,7	27,5	30,5	34,8
Poco de acuerdo	17,3	19,7	24,8	22,8
Nada de acuerdo	32,0	23,7	21,4	23,2
No sabe/No contesta*	9,3	11,5	8,4	5,5

* Se han unido las categorías “Ni mucho ni poco de acuerdo” (no se leyó) y “No sabe/No contesta”.
Pregunta: “Hay gente que cree que si desaparecieran las cajas, buena parte de la población no podría acceder a servicios financieros tales como créditos para comprar vivienda o para montar pequeños negocios. ¿Está Usted muy de acuerdo, bastante, poco o nada de acuerdo?”

N (2006) = 3.046; N (2008) = 2.116; N (2009) = 1.294; N (2010) = 1.140

CUADRO 2

CONOCIMIENTO DE LA OBRA SOCIAL

	2006 %	2008 %	2011 %
Sí	64,3	70,8	78,2
No	35,7	29,2	21,8

Pregunta: "¿Ha oído Usted hablar de la Obra Social de las cajas de ahorros?"

N (2006) = 3.046; N (2008) = 2.116;
N (2011) = 1.521

Ahora bien, si la etiqueta "Obra Social" es ampliamente conocida, la información sobre sus objetivos y programas que circula entre la población es escasa. En efecto, algo más de cuatro de cada diez entrevistados en 2008 (44,1 por 100) afirmaron tener una idea "poco precisa" de estos objetivos, y un porcentaje similar, simplemente desconocerlos; en cambio, el 14,6 por 100 declaró albergar una idea "bastante" o "muy" precisa (cuadro 3). Quienes fueron capaces de citar alguna de las actividades que desarrolla la Obra Social mencionaron con mayor frecuencia las exposiciones, la concesión de becas y las actividades relacionadas con la tercera edad y los discapacitados (cuadro 4).

Los datos sugieren que el conocimiento de la Obra Social puede estar más relacionado con la publicidad que con el disfrute de sus actividades. En la encuesta de 2008, el 12,5 por 100 de los entrevistados afirmó haber disfrutado "personalmente en el último año" de actividades de la Obra Social. Habienda cuenta de que, según la información recogida en

CUADRO 3

CONOCIMIENTO DE LOS OBJETIVOS DE LA OBRA SOCIAL

	2008 %
Idea muy /bastante precisa	14,6
Poco precisa	44,1
Nada precisa/no los conoce	41,3

Pregunta: "¿Sobre los objetivos de la Obra Social, tiene una idea..?"

N (2008) = 2.116

CUADRO 4

RECUERDO DE ACTIVIDADES DE LA OBRA SOCIAL

	2006 % de respuestas	2008 % de respuestas
Exposiciones	11,6	9,9
Becas		6,4
Actividades para la tercera edad	7,0	6,4
Actividades para los discapacitados	5,0	5,9
Actividades culturales en general	4,1	4,4
Deportes	4,3	3,4
Conciertos	4,0	1,6
No sabe/No contesta	51,1 (% de entrevistados)	52,9 (% de entrevistados)

Pregunta: "Las cajas de ahorros se distinguen de los bancos en que casi un 30 por 100 de sus beneficios van destinados a actividades sociales, culturales, educativas, sanitarias o de investigación; es decir, a su Obra Social. ¿Qué actividades concretas de este tipo recuerda Vd. que sean financiadas o promovidas por una caja de ahorros?" (Pregunta abierta)

N (2006) = 3.046; N (2008) = 2.116

la *Memoria de la Obra Social 2009* (32-33), el número de actividades promovidas en el marco de la Obra Social se aproxima a 200.000, cabe conjeturar que muchos beneficiarios no son conscientes del patrocinio de las actividades en las que participan.

Sin embargo, lo que sí permiten afirmar los resultados de encuesta es que la gente establece un vínculo identitario entre la Obra Social y las cajas de ahorros: tanto en la encuesta de 2006 como en la de 2008, más de la mitad de entrevistados se declaraban "muy" o "bastante" de acuerdo con la afirmación de que "si sólo hubiera bancos, la Obra Social que realizan las cajas dejaría de ofrecerse a los ciudadanos" (cuadro 5). Un porcentaje algo menor (41,7 por 100) afirmó en la encuesta de 2011 que la Obra Social se distingue de las actividades sociales que ofrecen otras empresas, como los bancos (cuadro 6). Es decir, en la actualidad aproximadamente cuatro de cada diez personas sí vinculan específicamente la Obra Social con las cajas de ahorros, a pesar de los notables esfuerzos realizados por otras instituciones para desarrollar y publicitar su compromiso social.

CUADRO 5

EL VÍNCULO ENTRE LAS CAJAS DE AHORROS Y LA OBRA SOCIAL

	2006 %	2008 %
Muy de acuerdo	20,6	22,8
Bastante de acuerdo	28,1	31,3
Poco de acuerdo	18,8	18,4
Nada de acuerdo	19,0	15,3
No sabe/No contesta*	13,5	12,2

* Se han unido las categorías "Ni mucho ni poco de acuerdo" (no se leyó) y "No sabe/No contesta".
Pregunta: "También hay gente que piensa que si sólo hubiera bancos, la Obra Social que realizan las cajas dejaría de ofrecerse a los ciudadanos. ¿Está Usted muy de acuerdo, bastante, poco o nada de acuerdo con dicha afirmación?"
N (2006) = 3.046; N (2008) = 2.116

CUADRO 6

EL CARÁCTER DISTINTIVO DE LA OBRA SOCIAL

La Obra Social de las cajas de ahorros...	2011 %
...se distingue de las acciones sociales de otras empresas	41,7
...es prácticamente igual	44,5
No sabe/No contesta	13,8

Pregunta: "Las cajas de ahorros dedican una parte importante de sus beneficios a la Obra Social. ¿Cree Usted que hoy en día la Obra Social de las cajas de ahorros se distingue de las acciones sociales de otras empresas, por ejemplo, los bancos, o es prácticamente igual?"
N (2011) = 1.521

2. LAS PREFERENCIAS SOCIALES POR LA OBRA SOCIAL

En cuanto al tipo de objetivos que debería satisfacer la Obra Social de las cajas de ahorros, ya en 2006 resultaron evidentes las preferencias por las prestaciones sociales. En la encuesta de 2008 las opiniones de los entrevistados respecto al área "que

debería ser la más importante" se dividieron bastante equilibradamente entre sanidad, asistencia social y educación, dimensiones todas ellas de las que tradicionalmente se han ocupado los Estados del bienestar (cuadro 7). Considerablemente por detrás de ellas quedó el área cultural⁴. Acumulando las respuestas citadas en primer y en segundo lugar, aparecieron como áreas consideradas prioritarias la sanitaria, la educativa y la de investigación científica (cuadro 8).

CUADRO 7

PREFERENCIA POR ACTIVIDADES DE LA OBRA SOCIAL

	2006 %	2008 %
Área sanitaria	26,1	27,4
Área asistencia social	26,4	23,3
Área educativa	20,2	21,6
Área de investigación científica	17,1	18,2
Área cultural	7,7	5,6
No sabe/No contesta	2,5	3,9

Pregunta: "De las cinco áreas en que se engloban las actividades de la Obra Social de las cajas, ¿cuál cree Usted que debería ser la más importante?"⁵
N (2006) = 3.046; N (2008) = 2.116

Se aprecian diferencias por sexo en cuanto a la que debería ser la prioridad de la Obra Social. Salta a la vista la tendencia femenina a priorizar la asistencia sanitaria, preferencia que se aprecia no sólo entre las mujeres de más edad, sino especialmente entre las más jóvenes (en torno a siete de cada diez entrevistadas menores de 30 años citaron esta área como una de las dos a las que la Obra Social debería conceder más importancia). Sanidad y educación destacaron como las dos áreas de la Obra Social priorizadas por el conjunto de entrevistados en 2008; las mujeres concedieron algo más de prioridad a la primera, y los hombres a la segunda.

⁴ Estos resultados concuerdan con los que obtuvieron Esteller-Moré et al. (2007).

⁵ La relación de áreas se fue rotando para evitar que el orden de lectura de estas áreas por parte de los entrevistados sesgara la respuesta de los entrevistados.

CUADRO 8

PREFERENCIA POR ACTIVIDADES DE LA OBRA SOCIAL (RESPUESTAS ACUMULADAS)

	2006 %	2008 %
Área sanitaria	50,3	55,5
Área educativa	45,9	50,3
Área de investigación científica	34,3	43,6
Área de asistencia social	43,2	39,6
Área cultural	19,6	16,5
No sabe/No contesta	2,5	3,9

Pregunta: "De las cinco áreas en que se engloban las actividades de la Obra Social de las cajas, ¿cuál cree Usted que debería ser la más importante? ¿Y en segundo lugar?"
N (2006) = 3.046; N (2008) = 2.116

3. LA REFORMA DE LAS CAJAS DE AHORROS Y LA OBRA SOCIAL

Las cajas de ahorros resultantes de la reforma que se ha emprendido recientemente han apostado por mantener la Obra Social como seña de identidad, adaptándola a los cambios de gobierno corporativo que se introduzcan. Los efectivos de que disponga la Obra Social para gastar en sus actividades dependerán de muchos factores, pero una amplia proporción de la población tiende a pensar que, con la reforma actualmente en marcha, las cajas mejorarán su situación y sus recursos, también para el desarrollo de este tipo de actividades (cuadro 9). La opinión pública muestra, por tanto, indicios de confiar en la reforma como expediente para mantener la vertiente social de las cajas.

Los resultados recogidos en el cuadro 9 permiten argumentar que, a la altura de junio de 2011 (cuando se realizó la última encuesta), es decir, en un momento en que el proceso de reforma se hallaba muy avanzado, la población, en general, mantenía una actitud positiva hacia los cambios que se estaban produciendo en el sector de las cajas. Lo cierto es que, como arrojan los resultados de otras preguntas de la misma encuesta, siete de cada diez encuestados que habían oído hablar de la reforma opinaban que "es buena para el sistema financiero

CUADRO 9

EFFECTOS DE LA REFORMA: RECURSOS PARA LA OBRA SOCIAL

Las cajas mejorarán sus recursos para la Obra Social...	2011 %
Sí	51,5
No	41,3
No sabe/No contesta	7,2

Pregunta: *En su opinión, gracias a la reforma ¿las cajas mejorarán sus recursos para la Obra Social?*
N (2011) = 1.521

y la economía española", mientras que aproximadamente dos terceras partes (67,5 por 100) afirmaban que las nuevas cajas le inspiraban tanta o más confianza que antes de la reforma.

La evidencia que proporcionan los datos de opinión más recientes ofrece respaldo al argumento según el cual la sociedad española mantiene la preferencia –ya apuntada en los resultados de la primera encuesta realizada en 1996 (Pérez-Díaz *et al.* 1998)– por la diversidad institucional del sistema financiero y por la preservación de la Obra Social como oferta distintiva de las cajas de ahorros; una oferta que, desde el sector privado, complementa los servicios y las prestaciones que procura el Estado del bienestar, sometido a una demanda creciente de servicios y obligado a contener la expansión del gasto social para controlar el déficit público. El desafío de las cajas en esta dimensión social consiste en diseñar esa oferta de tal manera que sea eficaz, ordenando el acceso a ella con criterios justos y transparentes y dándola a conocer a todos sus posibles beneficiarios, es decir, al conjunto de la sociedad.

BIBLIOGRAFÍA

CARBÓ VALVERDE, S. y F. RODRÍGUEZ FERNÁNDEZ (1998), "Tendencias recientes en la Obra Social de las cajas de ahorros españolas", *Papeles de Economía Española*, 74-75: 226-233.

CASTELLÓ MUÑOZ, E. (2003), "La Obra Social en la singladura de las cajas de ahorros del siglo XXI", *Economistas* 98: 206-218.

CONFEDERACIÓN ESPAÑOLA DE LAS CAJAS DE AHORROS (2010), *Responsabilidad social corporativa de las cajas de ahorros. Obra Social, Memoria 2009*, Madrid, CECA.

ESTELLER-MORÉ, A.; JORBA JIMÉNEZ, J. y SOLÉ-OLLÉ, A. (2007), "Análisis empírico de las preferencias sociales respecto del gasto en Obra Social de las cajas de ahorros", *Fundación de las Cajas de Ahorros, Documento de Trabajo 301* (www.funcas.ceca.es).

LÓPEZ ITURRIAGA, F. J.; CEPEDA, R.; CORNEJO DURÁN, P. V. y SALVADOR ANSOLA, E. (2007), "La Obra Social de las cajas de ahorros: un análisis exploratorio", *Universia Business Review*, 2º trimestre: 84-95.

PÉREZ-DÍAZ, V.; RODRÍGUEZ, J. C., y E. CHULIÁ (1998), *Papeles de Economía Española*, 74-75: 260-283.

ZAPICO ALDEANO, L. M.; MARBELLA SÁNCHEZ, F., y FUENTES GANZO, E. (2008), "Análisis estratégico de la Obra Social de las cajas de ahorros y su impacto en los resultados empresariales", en: PINDADO, J. y G. PAYNE (coords.), *Estableciendo puentes en una economía global*. Comunicaciones, vol. 2 (<http://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=2733593>).