

Anexos

**Análisis de contenido de la
responsabilidad social corporativa
en las redes sociales de empresas
financieras del IBEX35**

Gabriela Amador Mendoza

Mayo 2022

Universidad de Girona

Grado en Publicidad y Relaciones Públicas

Tutora: Olga Felisa del Río Sánchez

Índice de Anexos

ANEXO 1. PLANTEAMIENTO METODOLOGÍA	2
ANEXO 2. MATRIZ DE DATOS I (INSTAGRAM)	7
ANEXO 3. MATRIZ DE DATOS II (TWITTER).....	11
ANEXO 4. ANÁLISIS PRESENCIA PUBLICACIONES RSC EN INSTAGRAM Y TWITTER	22
ANEXO 5. ANÁLISIS DE CONTENIDO DE TEMÁTICAS DE RSC EN REDES SOCIALES	28
ANEXO 6. ANÁLISIS DE INTERACCIÓN EN PUBLICACIONES DE RSC DE REDES SOCIALES	32

Índice de Tablas

TABLA 1: DIMENSIÓN, SUBCATEGORÍA E INDICADORES DEL ANÁLISIS DE CONTENIDO CUANTITATIVO.....	2
TABLA 2: INDICADORES GUÍA GRI 3.0	2
TABLA 3: MATRIZ DE DATOS I. MUESTRA I. (BANCO SABADELL).....	8
TABLA 4: MATRIZ DE DATOS I. MUESTRA II. (BANCO SANTANDER).....	10
TABLA 5: MATRIZ DE DATOS I. MUESTRA III. (BANCO BANKINTER).....	10
TABLA 6: MATRIZ DE DATOS I. MUESTRA IV. (BANCO CAIXABANK).....	10
TABLA 7: MATRIZ DE DATOS I. MUESTRA V. (BANCO BBVA).....	11
TABLA 8: MATRIZ DE DATOS II. MUESTRA I. (BANCO SABADELL).....	11
TABLA 9: MATRIZ DE DATOS II. MUESTRA II. (BANCO SANTANDER).....	15
TABLA 10: MATRIZ DE DATOS II. MUESTRA III. (BANCO BANKINTER)	16
TABLA 11: MATRIZ DE DATOS II. MUESTRA IV. (BANCO CAIXABANK).....	17
TABLA 12: MATRIZ DE DATOS II. MUESTRA V. (BANCO BBVA)	19
TABLA 13: ANÁLISIS GENERAL DE LA PRESENCIA DE RSC EN REDES SOCIALES	22
TABLA 14: PRESENCIA DE PUBLICACIONES DE RSC EN REDES SOCIALES POR BANCO EN PORCENTAJES.....	23
TABLA 15: PRESENCIA DE PUBLICACIONES DE RSC EN INSTAGRAM Y TWITTER.....	23
TABLA 16: PRESENCIA EN PORCENTAJE DE PUBLICACIONES DE RSC EN IG Y TW	23
TABLA 17: PORCENTAJE TOTAL DE POSTS DE RSC.....	23
TABLA 18: PORCENTAJE DE POSTS DE RSC POR BANCO EN IG Y TW.....	24
TABLA 19: PRESENCIA DE POSTS DE RSC POR BANCO.....	28
TABLA 20: TEMÁTICAS DE RSC POR BANCO CON SUS PORCENTAJES.....	28
TABLA 21: PORCENTAJE DE PUBLICACIONES CON TEMÁTICAS DE RSC EN INSTAGRAM Y TWITTER.....	29
TABLA 22: TEMÁTICAS RSC EN INSTAGRAM Y TWITTER	29
TABLA 23: ENGAGEMENT DE PUBLICACIONES DE RSC EN INSTAGRAM	32
TABLA 24: COMUNICACIÓN DE DOBLE VÍA DE PUBLICACIONES DE RSC EN INSTAGRAM	32
TABLA 25: "ENGAGEMENT" DE LAS PUBLICACIONES DE RSC EN TWITTER	32
TABLA 26: COMUNICACIÓN DE DOBLE VÍA DE PUBLICACIONES DE RSC EN TWITTER	32
TABLA 27: COMPARATIVA DEL "ENGAGEMENT" DE PUBLICACIONES DE RSC EN REDES SOCIALES	33
TABLA 28: COMPARATIVA DE LA COMUNICACIÓN DE DOBLE VÍA DE PUBLICACIONES DE RSC EN REDES SOCIALES	33
TABLA 29: COMPARATIVA DE "VISUALIZACIONES" DE POSTS DE RSC EN REDES SOCIALES.....	33
TABLA 30: COMPARATIVA DEL PORCENTAJE DE RETROALIMENTACIÓN EN REDES SOCIALES.....	33
TABLA 31: COMPARATIVA DEL PORCENTAJE DE MENSAJES REENVIADOS EN POSTS DE RSC POR BANCOS	34
TABLA 32: COMPARATIVA DE POSTS CON "COPY" CON INTENCIÓN DE INTERACCIÓN.....	34
TABLA 33: PORCENTAJE DE POSTS CON "COPY" CON INTENCIÓN DE INTERACCIÓN EN REDES SOCIALES POR BANCO	34

Índice de Ilustraciones

ILUSTRACIÓN 1: POSTS DE RSC EN REDES SOCIALES	24
ILUSTRACIÓN 2: PRESENCIA DE PUBLICACIONES DE RSC EN INSTAGRAM	25
ILUSTRACIÓN 3: PRESENCIA DE PUBLICACIONES DE RSC EN TWITTER	25
ILUSTRACIÓN 4: PRESENCIA DE PUBLICACIONES DE RSC EN INSTAGRAM Y TWITTER.....	26
ILUSTRACIÓN 5: PRESENCIA DE POSTS DE RSC EN REDES SOCIALES.....	26
ILUSTRACIÓN 6: PRESENCIA DE PUBLICACIONES DE RSC EN INSTAGRAM POR BANCO	27
ILUSTRACIÓN 7: PRESENCIA DE PUBLICACIONES DE RSC EN TWITTER POR BANCO.....	27
ILUSTRACIÓN 8: TEMÁTICAS RSC EN INSTAGRAM POR BANCO.....	30
ILUSTRACIÓN 9: TEMÁTICAS RSC EN TWITTER POR BANCO	30
ILUSTRACIÓN 10: TEMÁTICAS DE RSC EN INSTAGRAM Y TWITTER	31
ILUSTRACIÓN 11: PORCENTAJE DE TEMÁTICAS DE RSC EN REDES SOCIALES	31
ILUSTRACIÓN 12: "ENGAGEMENT" DE LOS POSTS DE RSC EN INSTAGRAM Y TWITTER.....	35
ILUSTRACIÓN 13: PORCENTAJE DE MENSAJES REENVIADOS EN INSTAGRAM Y TWITTER.....	35
ILUSTRACIÓN 14: PORCENTAJE DE MENSAJES REENCIADOS EN INSTAGRAM Y TWITTER POR BANCO	36
ILUSTRACIÓN 15: PORCENTAJE DE POSTS CON "COPY" CON INTENCIÓN DE INTERACCIÓN.....	36
ILUSTRACIÓN 16: COMPARATIVA DEL PORCENTAJE DE POSTS CON "COPY" CON INTENCIÓN DE INTERACCIÓN POR BANCO	37

Anexo 1. Planteamiento metodología

Tabla 1: Dimensión, subcategoría e indicadores del análisis de contenido cuantitativo

Dimensión	Subcategoría	Indicadores	Referencias
Contenido	Temáticas GRI	1. Económico	GRI (2006), Schröder (2021)
		2. Medioambiental	
		3. Prácticas laborales	
		4. Derechos humanos	
		5. Sociedad	
		6. Responsabilidad del producto	
	Otras temáticas	1. Infomes RSC	Rybalko y Sheltzer (2010), Gómez (2013), Schröder (2021)
		2. Logros RSC	
3. Premios RSC			
Interacción	Engagement	Número de Me gustas	Cho, Schweickart y Haase (2014), Schröder (2021)
		Número de Comentarios	
		Número de Visualizaciones/ Reproducciones	
	Comunicación de doble vía	Número de Comentarios reenviados	Gómez (2013), Morsing y Schultz (2006)
		Copy con intención de interacción	

Fuente: Elaboración propia

Nota: Tabla que recoge las dimensiones, subcategorías e indicadores establecidos para realizar el análisis de contenido. Para establecer el planteamiento, se buscó inspiración en diversos autores que habían realizado un análisis de contenido en redes sociales, como se observa en el apartado de "Referencias".

Tabla 2: Indicadores Guía GRI 3.0

Dimensión	Aspecto	Tipo	Indicador
Económica	Desempeño Económico	PR	Valor económico directo generado y distribuido, incluyendo ingresos, costes de explotación, retribución a empleados, donaciones y otras inversiones en la comunidad, beneficios no distribuidos y pagos a proveedores de capital y a gobiernos.
		PR	Consecuencias financieras y otros riesgos y oportunidades para las actividades de la organización debido al cambio climático.
		PR	Cobertura de las obligaciones de la organización debidas a programas de beneficios sociales.
		PR	Ayudas financieras significativas recibidas de gobiernos.
	Presencia en el mercado	A	Rango de las relaciones entre el salario inicial estándar y el salario mínimo local en lugares donde se desarrollen operaciones significativas .
		PR	Política, prácticas y proporción de gasto correspondiente a proveedores locales en lugares donde se desarrollen operaciones significativas .
		PR	Procedimientos para la contratación local y proporción de altos directivos procedentes de la comunidad local en lugares donde se desarrollen operaciones significativas .

	Impactos económicos indirectos	PR	Desarrollo e impacto de las inversiones en infraestructuras y los servicios prestados principalmente para el beneficio público mediante compromisos comerciales, pro bono, o en <i>especie</i> .
		A	Entendimiento y descripción de los impactos económicos indirectos significativos, incluyendo el alcance de dichos impactos.
Ambiental	Materiales	PR	Materiales utilizados, por peso o volumen.
		PR	Porcentaje de los materiales utilizados que son materiales valorizados.
	Energía	PR	Consumo directo de energía desglosado por fuentes primarias.
		PR	Consumo indirecto de energía desglosado por fuentes primarias.
		A	Ahorro de energía debido a la conservación y a mejoras en la eficiencia.
		A	Iniciativas para proporcionar productos y servicios eficientes en el consumo de energía o basados en energías renovables, y las reducciones en el consumo de energía como resultado de dichas <i>iniciativas</i> .
		A	Iniciativas para reducir el consumo indirecto de energía y las reducciones logradas con dichas <i>iniciativas</i> .
	Agua	PR	Captación total de agua por fuentes.
		A	Fuentes de agua que han sido afectadas significativamente por la captación de agua.
		A	Porcentaje y volumen total de agua reciclada y reutilizada.
	Biodiversidad	PR	Descripción de terrenos adyacentes o ubicados dentro de espacios naturales protegidos o de áreas de alta biodiversidad no protegidas. Indíquese la localización y el tamaño de terrenos en propiedad, arrendados, o que son gestionados de alto valor en biodiversidad en zonas ajenas a áreas protegidas.
		PR	Descripción de los impactos más significativos en la biodiversidad en espacios naturales protegidos o en áreas de alta biodiversidad no protegidas, derivados de las actividades, productos y servicios en áreas protegidas y en áreas de alto valor en biodiversidad en zonas ajenas a las áreas protegidas.
		A	Hábitats protegidos o restaurados .
		A	Estrategias y acciones implantadas y planificadas para la gestión de impactos sobre la biodiversidad.
		A	Número de especies, desglosadas en función de su peligro de extinción, incluidas en la Lista Roja de la IUCN y en listados nacionales y cuyos hábitats se encuentren en

			áreas afectadas por las operaciones según el grado de amenaza de la especie.
	Emisiones, vertidos y residuos	PR	Emisiones totales, directas e indirectas, de gases de efecto invernadero, en peso.
		PR	Otras emisiones indirectas de gases de efecto invernadero, en peso.
		A	Iniciativas para reducir las emisiones de gases de efecto invernadero y las reducciones logradas.
		PR	Emisiones de sustancias destructoras de la capa ozono, en peso.
		PR	NO, SO y otras emisiones significativas al aire por tipo y peso.
		PR	Vertimiento total de aguas residuales, según su naturaleza y destino.
		PR	Peso total de residuos gestionados, según tipo y método de tratamiento.
		PR	Número total y volumen de los derrames accidentales más significativos.
		A	Peso de los residuos transportados, importados, exportados o tratados que se consideran peligrosos según la clasificación del Convenio de Basilea, anexos I, II, III y VIII y porcentaje de residuos transportados internacionalmente.
		A	Identificación, tamaño, estado de protección y valor de biodiversidad de recursos hídricos y hábitats relacionados, afectados significativamente por vertidos de agua y aguas de escorrentía de la organización informante .
	Productos y servicios	PR	Iniciativas para mitigar los impactos ambientales de los productos y servicios, y grado de reducción de ese impacto.
		PR	Porcentaje de productos vendidos, y sus materiales de embalaje, que son recuperados al final de su vida útil, por categorías de productos.
	Cumplimiento normativo	PR	Coste de las multas significativas y número de sanciones no monetarias por incumplimiento de la normativa ambiental.
	Transporte	A	Impactos ambientales significativos del transporte de productos y otros bienes y materiales utilizados para las actividades de la organización, así como del transporte de personal.
	General	A	Desglose por tipo del total de gastos e inversiones ambientales.
Prácticas laborales	Empleo	PR	Desglose del colectivo de trabajadores por tipo de empleo, por contrato y por región.

		PR	Número total de empleados y rotación media de empleados, desglosados por grupo de edad, sexo y región.
		A	Beneficios sociales para los empleados con jornada completa, que no se ofrecen a los empleados temporales o de media jornada, desglosado por actividad principal.
	Relaciones empresa/trabajadores	PR	Porcentaje de empleados cubiertos por un convenio colectivo.
		PR	Periodo(s) mínimo(s) de preaviso relativo(s) a cambios organizativos, incluyendo si estas notificaciones son especificadas en los convenios colectivos.
	Salud y seguridad en el trabajo	A	Porcentaje del total de trabajadores que está representado en comités de salud y seguridad conjuntos de dirección-empleados, establecidos para ayudar a controlar y asesorar sobre programas de salud y seguridad en el trabajo.
		PR	Tasas de absentismo, enfermedades profesionales, días perdidos y número de víctimas mortales relacionadas con el trabajo por región.
		PR	Programas de educación, formación, asesoramiento, prevención y control de riesgos que se apliquen a los trabajadores, a sus familias o a los miembros de la comunidad en relación con enfermedades graves .
	Formación y educación	A	Asuntos de salud y seguridad cubiertos en acuerdos formales con sindicatos.
		PR	Promedio de horas de formación al año por empleado, desglosado por categoría de empleado.
		A	Programas de gestión de habilidades y de formación continua que fomenten la empleabilidad de los trabajadores y que les apoyen en la gestión del final de sus carreras profesionales.
A		Porcentaje de empleados que reciben evaluaciones regulares del desempeño y de desarrollo profesional.	
Diversidad e igualdad de oportunidades	PR	Composición de los órganos de gobierno corporativo y plantilla, desglosado por sexo, grupo de edad, pertenencia a minorías y otros indicadores de diversidad.	
	PR	Relación entre salario base de los hombres con respecto al de las mujeres, desglosado por categoría profesional.	
Derechos Humanos	Prácticas de inversión y abastecimiento	PR	Porcentaje y número total de acuerdos de inversión significativos que incluyan cláusulas de derechos humanos o que hayan sido objeto de análisis en materia de derechos humanos.
		PR	Porcentaje de los principales distribuidores y contratistas que han sido objeto de análisis en materia de derechos humanos, y medidas adoptadas como consecuencia.
		A	Total de horas de formación de los empleados sobre políticas y procedimientos relacionados con aquellos

			aspectos de los derechos humanos relevantes para sus actividades, incluyendo el porcentaje de empleados formados.
	No discriminación	PR	Número total de incidentes de discriminación y medidas adoptadas.
	Libertad de asociación y convenios colectivos	PR	Actividades de la compañía en las que el derecho a libertad de asociación y de acogerse a convenios colectivos puedan correr importantes riesgos, y medidas adoptadas para respaldar estos derechos.
	Explotación infantil	PR	Actividades identificadas que conllevan un riesgo potencial de incidentes de explotación infantil, y medidas adoptadas para contribuir a su eliminación.
	Trabajos forzados	PR	Operaciones identificadas como de riesgo significativo de ser origen de episodios de trabajo forzado o no consentido, y las medidas adoptadas para contribuir a su eliminación.
	Prácticas de seguridad	A	Porcentaje del personal de seguridad que ha sido formado en las políticas o procedimientos de la organización en aspectos de derechos humanos relevantes para las actividades.
	Derechos de los indígenas	A	Número total de incidentes relacionados con violaciones de los derechos de los indígenas y medidas adoptadas.
Sociedad	Comunidad	PR	Naturaleza, alcance y efectividad de programas y prácticas para evaluar y gestionar los impactos de las operaciones en las comunidades, incluyendo entrada, operación y salida de la empresa .
	Corrupción	PR	Porcentaje y número total de unidades de negocio analizadas con respecto a riesgos relacionados con la corrupción.
		PR	Porcentaje de empleados formados en las políticas y procedimientos anti-corrupción de la organización.
		PR	Medidas tomadas en respuesta a incidentes de corrupción.
	Política Pública	PR	Posición en las políticas públicas y participación en el desarrollo de las mismas y de actividades de “lobbying”.
		A	Valor total de las aportaciones financieras y en especie a partidos políticos o a instituciones relacionadas, por países.
	Comportamiento de competencia desleal	A	Número total de acciones por causas relacionadas con prácticas monopolísticas y contra la libre competencia, y sus resultados.
Cumplimiento normativo	PR	Valor monetario de sanciones y multas significativas y número total de sanciones no monetarias derivadas del incumplimiento de las leyes y regulaciones .	
Responsabilidad sobre productos	Salud y seguridad del cliente	PR	Fases del ciclo de vida de los productos y servicios en las que se evalúan, para en su caso ser mejorados, los impactos de los mismos en la salud y seguridad de los

			clientes, y porcentaje de categorías de productos y servicios significativos sujetos a tales procedimientos de evaluación.
		A	Número total de incidentes derivados del incumplimiento la regulación legal o de los códigos voluntarios relativos a los impactos de los productos y servicios en la salud y la seguridad durante su ciclo de vida, distribuidos en función del tipo de resultado de dichos incidentes.
	Etiquetado de productos y servicios	PR	Tipos de información sobre los productos y servicios que son requeridos por los procedimientos en vigor y la normativa, y porcentaje de productos y servicios sujetos a tales requerimientos informativos.
		A	Número total de incumplimientos de la regulación y de los códigos voluntarios relativos a la información y al etiquetado de los productos y servicios, distribuidos en función del tipo de resultado de dichos incidentes .
		A	Prácticas con respecto a la satisfacción del cliente, incluyendo los resultados de los estudios de satisfacción del cliente.
	Comunicaciones de marketing	PR	Programas de cumplimiento de las leyes o adhesión a estándares y códigos voluntarios mencionados en comunicaciones de marketing, incluidos la publicidad, otras actividades promocionales y los patrocinios.
		A	Número total de incidentes fruto del incumplimiento de las regulaciones relativas a las comunicaciones de marketing, incluyendo la publicidad, la promoción y el patrocinio, distribuidos en función del tipo de resultado de dichos incidentes.
	Privacidad del cliente	A	Número total de reclamaciones debidamente fundamentadas en relación con el respeto a la privacidad y la fuga de datos personales de clientes .
	Cumplimiento normativo	PR	Coste de aquellas multas significativas fruto del incumplimiento de la normativa en relación con el suministro y el uso de productos y servicios de la organización.

Nota: Se agrupó los indicadores de cada dimensión de la Guía GRI 3.0 (2006) para facilitar el análisis y la identificación de la temática GRI de cada unidad. Fuente: Elaboración Propia.

Anexo 2. Matriz de datos I (Instagram)

Primeramente, se reunió en un Google Sheets todos los datos necesarios para realizar el análisis y dar respuesta a las PI1, PI2, y PI3. En dichas tablas se recogió los siguientes datos básicos:

- Identificación muestra/banco
- Identificación red social
- Número de publicación
- Fecha de publicación
- Formato de publicación (post o vídeo)

En la dimensión “Contenido”, se recogieron los siguientes datos:

- Publicación de RSC o no RSC
- Temáticas GRI 3.0
- Otras temáticas (Informes RSC, Logros RSC y Premios RSC)

En la dimensión “Interacción”, se reunieron los siguientes datos:

- “Me gustas”
- Visualizaciones
- Comentarios
- Comentarios reenviados
- Copy con intención de interacción

Tabla 3: Matriz de datos I. Muestra I. (Banco Sabadell)

Banco Red social	Banco Sabadell Instagram				Categoría 1: Contenido										Categoría 2: Interacción							
	Número de publicación	Fecha publicación	Formato publicación		Contenido		Económico	Medioambiental	Temáticas GRI			Responsabilidad del producto	Infomes RSC	Logros RSC	Premios RSC	Likes	Engagement		Comunicación de doble vía			
			Post	Video	No RSC	RSC			Prácticas laborales	Derechos humanos	Sociedad						Visualización	Comentarios	Comentarios reenviados	Copy con intención de interacción		
1	03/01/22				1																	
2	04/01/22				1																	
3	04/01/22				1																	
4	10/01/22				1																	
5	13/01/22				1																	
6	18/01/22				1																	
7	21/01/22				1																	
8	24/01/22	1	0	0	0	1	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	73		4	0	0	
9	25/01/22				1																	
10	27/01/22				1																	
11	28/01/22				1																	
12	31/01/22				1																	
13	02/02/22				1																	
14	03/02/22				1																	
15	03/02/22				1																	
16	03/02/22				1																	
17	03/02/22				1																	
18	03/02/22	1	0	0	0	1	1	0	0	0	0	0	0	0	0	84		2	0	0	0	
19	04/02/22				1																	
20	04/02/22				1																	
21	04/02/22				1																	
22	04/02/22				1																	
23	05/02/22				1																	
24	06/02/22				1																	
25	06/02/22				1																	
26	07/02/22				1																	
27	08/02/22				1																	
28	09/02/22	1	0	0	0	1	0	1	0	0	0	0	0	0	0	281		0	0	0	0	
29	09/02/22				1																	
30	09/02/22	1	0	0	0	1	1	0	0	0	0	0	0	0	0	23		3	0	0	0	
31	09/02/22				1																	
32	11/02/22				1																	
33	11/02/22				1																	
34	12/02/22				1																	
35	12/02/22				1																	
36	12/02/22				1																	
37	12/02/22				1																	
38	14/02/22				1																	
39	16/02/22				1																	
40	17/02/22	0	1	0	0	1	0	0	0	0	1	0	0	0	0	1.001		13	0	0	0	
41	21/02/22				1																	
42	22/02/22				1																	
43	23/02/22	0	1	0	0	1	0	0	0	0	0	0	1	0	0	485		4	0	0	0	
44	24/02/22				1																	
45	25/02/22	1	0	0	0	1	1	0	0	0	0	0	0	0	0	78		1	0	0	1	
46	25/02/22	0	1	0	0	1	1	0	0	0	0	0	0	0	0	1.678		1	0	0	0	
47	26/02/22	1	0	0	0	1	1	0	0	0	0	0	0	0	0	92		4	0	0	0	
48	26/02/22				1																	
49	28/02/22				1																	
50	01/03/22				1																	
51	01/03/22				1																	
52	01/03/22				1																	
53	01/03/22				1																	
54	02/03/22	1	0	0	0	1	0	0	0	0	0	1	0	0	0	113		4	0	0	1	
55	02/03/22				1																	
56	02/03/22				1																	
57	03/03/22				1																	
58	03/03/22				1																	
59	03/03/22				1																	
60	04/03/22	1	0	0	0	1	1	0	0	0	0	0	0	0	0	120		4	0	0	0	
61	04/03/22	1	0	0	0	1	0	1	0	0	0	0	0	0	0	59		2	0	0	0	
62	04/03/22	1	0	0	0	1	0	0	0	0	1	0	0	0	0	436		18	0	0	0	
63	04/03/22				1																	
64	07/03/22				1																	
65	08/03/22	0	1	0	0	1	0	0	0	0	1	0	0	0	0	162		1	0	0	0	
66	08/03/22				1																	
67	08/03/22				1																	
68	08/03/22				1																	

69	080322				1														
70	100322				1														
71	160322	1	0	0	1	0	0	0	0	0	1	0	0	0	94		1	0	0
72	160322				1														
73	160322				1														
74	170322				1														
75	210322				1														
76	210322	1	0	0	1	0	1	0	0	0	0	0	0	0	24		5	0	0
77	210322	1	0	0	1	0	0	0	0	0	1	0	0	0	36		0	0	0
78	230322				1														
79	230322	1	0	0	1	0	0	0	0	0	1	0	0	0	56		1	0	0
80	240322				1														
81	240322	1	0	0	1	0	0	0	0	0	0	1	0	0	74		8	1	0
82	250322				1														
83	250322	1	0	0	1	0	0	0	0	0	1	0	0	0	99		2	1	0
84	280322				1														
85	280322	1	0	0	1	0	0	0	0	0	1	0	0	0	48		6	1	1
86	300322				1														
87	300322				1														
88	300322				1														
89	300322	0	1	0	1	0	1	0	0	0	0	0	0	0	790		3	0	0
90	310322				1														
91	010422				1														
92	010422	1	0	0	1	0	0	0	0	0	1	0	0	0	88		2	0	0
93	020422				1														
94	040422				1														
95	050422				1														
96	050422				1														
97	050422				1														
98	050422				1														
99	060422				1														
100	060422				1														
101	060422	1	0	0	1	0	0	0	0	0	1	0	0	0	140		3	0	0
102	060422				1														
103	070422	1	0	0	1	0	1	0	0	0	0	0	0	0	26		0	0	0
104	070422				1														
105	070422				1														
106	080422				1														
107	080422				1														
108	080422				1														
109	100422				1														
110	110422				1														
111	110422				1														
112	130422				1														
113	130422				1														
114	130422	1	0	0	1	1	0	0	0	0	0	0	0	0	26		1	0	0
115	140422				1														
116	150422				1														
117	160422				1														
118	160422				1														
119	160422				1														
120	180422				1														
121	170422				1														
122	180422	1	0	0	1	0	0	0	0	0	1	0	0	0	50		1	0	0
123	180422				1														
124	180422				1														
125	180422	1	0	0	1	0	0	0	0	0	1	0	0	0	136		0	0	0
126	200422				1														
127	200422	1	0	0	1	0	0	0	0	1	0	0	0	0	17		0	0	0
128	200422				1														
129	200422				1														
130	200422	1	0	0	1	0	0	0	0	0	1	0	0	0	46		0	0	1
131	200422				1														
132	200422				1														
133	210422				1														
134	210422				1														
135	220422	1	0	0	1	0	1	0	0	0	0	0	0	0	32		1	0	1
136	220422				1														
137	220422				1														
138	220422				1														
139	230422				1														
140	230422				1														
141	230422				1														
142	240422				1														
143	240422	1	0	0	1	1	0	0	0	0	0	0	0	0	132		0	0	0
144	240422	1	0	0	1	1	0	0	0	0	0	0	0	0	87		1	0	0
145	240422				1														
146	240422				1														
147	240422				1														
148	240422				1														
149	240422				1														
150	250422	0	1	0	1	1	0	0	0	0	0	0	0	0	482		1	0	0
151	250422				1														
152	250422	1	0	0	1	0	0	0	0	0	1	0	0	0	28		1	1	0
153	260422	1	0	0	1	1	0	0	0	0	0	0	0	0	17		2	0	0
154	260422				1														
155	260422				1														
156	260422				1														
157	280422	1	0	0	1	0	0	0	0	1	0	0	0	0	96		15	2	0
158	280422				1														
Total	157	31	157	120	37	11	6	0	4	12	3	1	0	0	141	482	19	3	5

Nota: Fuente: Elaboración propia.

Tabla 4: Matriz de datos I. Muestra II. (Banco Santander)

Banco		Santander		Categoría 1: Contenido											Categoría 2: Interacción				
Red social		Instagram		Contenido				Temáticas GRI				Otras temáticas			Engagement		Comunicación de doble vía		
Número de publicación	Fecha publicación	Formato publicación	Video	No RSC	RSC	Económico	Medioambiental	Prácticas laborales	Derechos humanos	Sociedad	Responsabilidad del producto	Infomes RSC	Logros RSC	Premios RSC	Likes	Visualización	Comentarios	Comentarios reenviados	Copy con intención de interacción
1	01/01/22			1															
2	03/01/22			1															
3	04/01/22			1															
4	06/01/22			1															
5	07/01/22			1															
6	10/01/22			1															
7	11/01/22			1															
8	12/01/22			1															
9	13/01/22			1															
10	13/01/22	1	0	0	1	0	0	0	0	1	0	0	0	0	1910		17	5	0
11	14/01/22			1															
12	17/01/22			1															
13	18/01/22			1															
14	20/01/22			1															
15	24/01/22	0	1	0	1	0	0	0	1	0	0	0	0	0		18.802	1	0	0
16	26/01/22			1															
17	28/01/22	1	0	0	1	0	0	0	0	1	0	0	0	0	89		15	1	1
18	30/01/22			1															
19	31/01/22			1															
20	03/02/22	1	0	0	1	0	0	0	0	1	0	0	0	0	118		19	2	1
21	04/02/22			1															
22	08/02/22			1															
23	08/02/22			1															
24	10/02/22	1	0	0	1	0	0	0	0	1	0	0	0	0	114		12	2	1
25	14/02/22			1															
26	15/02/22	0	1	0	1	1	0	0	0	0	0	0	0	0		1.870	3	0	0
27	18/02/22			1															
28	21/02/22			1															
29	23/02/22			1															
30	25/02/22			1															
31	26/02/22			1															
32	03/03/22	1	0	0	1	1	0	0	0	0	0	0	0	0	299		23	1	1
33	04/03/22			1															
34	07/03/22	1	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	1	0	89		3	0	1
35	08/03/22	0	1	0	1	0	0	0	0	1	0	0	0	0		55.774	17	2	0
36	11/03/22			1															
37	14/03/22			1															
38	16/03/22			1															
39	18/03/22			1															
40	22/03/22	1	0	0	1	1	0	0	0	0	0	0	0	0	145		8	0	1
41	23/03/22	1	0	0	1	0	0	0	0	1	0	0	0	0		1.386	5	0	1
42	24/03/22	1	0	0	1	0	0	0	0	0	1	0	0	0	954		29	4	1
43	26/03/22	0	1	0	1	0	1	0	0	0	0	0	0	0		1.450	19	4	1
44	29/03/22			1															
45	31/03/22			1															
46	01/04/22			1															
47	04/04/22			1															
48	05/04/22			1															
49	06/04/22			1															
50	08/04/22	0	1	0	1	0	0	0	0	1	0	0	0	0		911	16	7	1
51	11/04/22			1															
52	12/04/22			1															
53	13/04/22			1															
54	18/04/22			1															
55	21/04/22			1															
56	22/04/22			1															
57	25/04/22			1															
58	27/04/22			1															
59	28/04/22			1															
Total	59	8	6	45	14	3	1	0	2	6	1	0	1	0	3698	80202	187	28	10

Nota: Fuente: Elaboración propia.

Tabla 5: Matriz de datos I. Muestra III. (Banco Bankinter)

Banco		Bankinter		Categoría 1: Contenido											Categoría 2: Interacción				
Red social		Instagram		Contenido				Temáticas GRI				Otras temáticas			Engagement		Comunicación de doble vía		
Número de publicación	Fecha publicación	Formato publicación	Video	No RSC	RSC	Económico	Medioambiental	Prácticas laborales	Derechos humanos	Sociedad	Responsabilidad del producto	Infomes RSC	Logros RSC	Premios RSC	Likes	Visualizaciones	Comentarios	Comentarios reenviados	Copy con intención de interacción
1	11/01/22			1															
2	18/01/22	1	0	0	1	0	0	0	0	0	0	1	0	0	62		1	0	1
3	20/01/22			1															
4	03/02/22	1	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	1	172		6	0	0
5	04/02/22	1	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	1	0					
6	03/03/22			1															
7	11/03/22			1															
8	14/03/22			1															
9	15/03/22			1															
10	22/03/22			1															
11	24/03/22	1	0	0	1	0	0	1	0	0	0	0	0	0	179		2	0	1
12	30/03/22			1															
13	01/04/22			1															
14	07/04/22	1	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	1	0	165		2	0	0
15	11/04/22			1															
16	26/04/22			1															
17	29/04/22			1															
Total	17	5	0	12	5	0	0	1	0	0	0	1	2	1	578		11	0	2

Nota: Fuente: Elaboración propia.

Tabla 6: Matriz de datos I. Muestra IV. (Banco CaixaBank)

Banco		CaixaBank		Categoría 1: Contenido											Categoría 2: Interacción					
Red social		Instagram		Contenido				Temáticas GRI				Otras temáticas			Engagement		Comunicación de doble vía			
Número de publicación	Fecha publicación	Formato publicación	Video	No RSC	RSC	Económico	Medioambiental	Prácticas laborales	Derechos humanos	Sociedad	Responsabilidad del producto	Infomes RSC	Logros RSC	Premios RSC	Likes	Visualizaciones	Comentarios	Comentarios reenviados	Copy con intención de interacción	
1	07/01/22	0	1	0	1	1	0	0	0	0	0	0	0	0						
2	14/01/22			1																
3	26/01/22			1																
4	26/01/22	0	1	0	1	0	1	0	0	0	0	0	0	0	1.000		11	1	1	
5	07/02/22	0	1	0	1	1	0	0	0	0	0	0	0	0	776		9	2	0	
6	11/02/22	0	1	0	1	0	0	0	0	1	0	0	0	0	7.461		6	0	0	
7	14/02/22			1																
8	18/02/22	0	1	0	1	0	0	0	0	1	0	0	0	0	872		4	1	0	
9	22/02/22			1																
10	24/02/22	0	1	0	1	0	0	0	0	1	0	0	0	0	837		6	0	0	
11	03/03/22	0	1	0	1	0	0	0	0	1	0	0	0	0	823		2	0	0	
12	04/03/22			1																
13	07/03/22	0	1	0	1	0	0	0	0	1	0	0	0	0			3	0	0	
14	08/03/22	0	1	0	1	0	0	0	0	1	0	0	0	0	267.289		2	0	0	
15	14/03/22			1																
16	15/03/22			1																
17	20/03/22			1																
18	29/03/22			1																
19	30/03/22			1																
20	01/04/22	1	0	0	1	0	0	0	0	1	0	0	0	0	286		6	0	0	

366	070422			1															
367	070422			1															
368	070422			1															
369	070422			1															
370	070422			1															
371	080422			1															
372	080422			1															
373	080422			1															
374	080422			1															
375	080422			1															
376	080422			1															
377	080422			1															
378	080422			1															
379	080422			1															
380	080422			1															
381	080422			1															
382	080422			1															
383	080422			1															
384	080422			1															
385	080422			1															
386	110422			1															
387	110422			1															
388	110422			1															
389	110422			1															
390	110422	1	0	0	1	0	0	0	0	0	0	1	0	0	2	0	0	0	0
391	110422			1															
392	110422	1	0	0	1	0	1	0	0	0	0	0	0	0	1	0	1	0	1
393	110422			1															
394	110422			1															
395	120422	1	0	0	1	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	1
396	120422			1															
397	120422			1															
398	120422			1															
399	120422			1															
400	120422			1															
401	120422			1															
402	120422			1															
403	120422			1															
404	120422			1															
405	120422			1															
406	130422	1	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	1	0	0	0
407	130422			1															
408	130422			1															
409	140422			1															
410	140422			1															
411	140422			1															
412	140422			1															
413	140422			1															
414	140422			1															
415	150422			1															
416	150422			1															
417	150422			1															
418	150422			1															
419	150422			1															
420	170422			1															
421	170422			1															
422	180422	0	1	0	1	0	0	0	0	1	0	0	0	0	4	0	2	0	0
423	180422			1															
424	180422			1															
425	180422			1															
426	180422			1															
427	180422			1															
428	180422			1															
429	180422			1															
430	180422			1															
431	180422			1															
432	180422			1															
433	180422			1															
434	180422			1															
435	180422			1															
436	180422			1															
437	180422			1															
438	180422			1															
439	180422	1	0	0	1	0	1	0	0	0	0	0	0	0	6	0	3	0	1

440	180422			1															
441	200422			1															
442	200422			1															
443	200422	1	0	0	1	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0
444	200422			1															
445	200422			1															
446	200422	1	0	0	1	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	14	0	11	0
447	200422			1															
448	200422			1															
449	200422	1	0	0	1	0	1	0	0	0	0	0	0	0	2	0	1	0	1
450	200422			1															
451	200422			1															
452	210422			1															
453	210422			1															
454	210422			1															
455	210422			1															
456	210422			1															
457	210422			1															
458	210422			1															
459	210422			1															
460	220422			1															
461	220422	1	0	0	1	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0
462	220422			1															
463	220422			1															
464	220422			1															
465	220422			1															
466	220422			1															
467	220422			1															
468	220422			1															
469	220422			1															
470	220422			1															
471	230422			1															
472	230422			1															
473	230422			1															
474	230422			1															
475	240422			1															
476	240422			1															
477	240422			1															
478	240422			1															
479	240422			1															
480	240422			1															
481	240422	1	0	0	1	1	0	0	0	0	0	0	0	0	3	0	0	0	0
482	240422	0	1	0	1	1	0	0	0	0	0	0	0	0	3	193	0	1	0
483	240422	0	1	0	1	1	0	0	0	0	0	0	0	0	1	96	1	0	0
484	240422	0	1	0	1	1	0	0	0	0	0	0	0	0	4	154	0	0	0
485	240422	0	1	0	1	1	0	0	0	0	0	0	0	0	10	421	1	5	0
486	240422	0																	

514	280422	1	0	0	1	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	7	0	1	0	0	
515	280422			1																	
516	280422			1																	
517	280422			1																	
518	280422			1																	
519	270422			1																	
520	270422			1																	
521	270422			1																	
522	270422	1	0	0	1	0	1	0	0	0	0	0	0	0	3	0	0	1	0	1	
523	270422			1																	
524	270422			1																	
525	270422			1																	
526	270422			1																	
527	280422			1																	
528	280422			1																	
529	280422			1																	
530	280422			1																	
531	280422			1																	
532	280422	1	0	0	1	0	1	0	0	0	0	0	0	0	2	0	0	0	0	0	
533	280422	1	0	0	1	1	0	0	0	0	0	0	0	0	2	0	1	0	1	1	
534	280422	1	0	0	1	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	
535	280422			1																	
536	280422			1																	
537	280422	1	0	0	1	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	1	0	0	0	1	
538	280422			1																	
539	280422			1																	
540	280422	1	0	0	1	0	0	0	0	1	0	0	0	0	4	0	1	2	0	0	
541	280422			1																	
542	280422			1																	
Total		542	63	21	458	84	18	27	13	2	16	1	7	0	0	314	3346	31	128	6	28

Tabla 9: Matriz de datos II. Muestra II. (Banco Santander)

Banco	Banco Santander		Categoría 1: Contenido											Categoría 2: Interacción							
	Red social	Twitter	Contenido				Temáticas GRI				Otras temáticas			Engagement			Comunicación de Gobiernos				
Número de publicación	Fecha publicación	Formato Publicación	No RSC	RSC	Economico	Medioambiental	Prácticas laborales	Derechos Humanos	Sociedad	Responsabilidad del producto	Infomes RSC	Logros RSC	Premios RSC	Likes	Reproducciones	Comentarios	Retweets	Comentarios reenviados	Copy con intención de interacción		
1	01/01/22			1																	
2	03/01/22			1																	
3	04/01/22			1																	
4	06/01/22			1																	
5	07/01/22			1																	
6	10/01/22			1																	
7	11/01/22			1																	
8	12/01/22			1																	
9	12/01/22			1																	
10	13/01/22	1	0	1	1	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	27	1	3	0	0
11	14/01/22			1																	
12	17/01/22			1																	
13	18/01/22			1																	
14	20/01/22			1																	
15	24/01/22	0	1	0	1	1	0	0	1	0	0	0	0	0	101		7	7	1	0	
16	26/01/22			1																	
17	26/01/22	1	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	1	0	24		11	8	2	0	
18	28/01/22	1	0	0	1	0	0	0	0	1	0	0	0	0	90		7	13	0	1	
19	30/01/22			1																	
20	31/01/22			1																	
21	02/02/22	0	1	0	1	1	0	0	0	0	0	0	0	25	1.316	5	11	0	0		
22	02/02/22	1	0	0	1	0	0	0	0	1	0	0	0	3		1	0	0	1		
23	04/02/22			1																	
24	07/02/22			1																	
25	08/02/22			1																	
26	10/02/22	1	0	0	1	0	0	0	0	1	0	0	0	20		10	8	0	1		
27	14/02/22			1																	
28	15/02/22	0	1	0	1	1	0	0	0	0	0	0	0	5		4	1	0	0		
29	16/02/22			1																	
30	17/02/22			1																	
31	18/02/22			1																	
32	21/02/22			1																	
33	23/02/22			1																	
34	25/02/22			1																	
35	28/02/22			1																	
36	02/03/22	1	0	0	1	1	0	0	0	0	0	0	0	8		2	7	0	1		
37	02/03/22	1	0	0	1	0	0	0	0	1	0	0	0	21		7	11	2	1		
38	04/03/22			1																	
39	07/03/22	1	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	1	0							
40	08/03/22	0	1	0	1	0	0	0	0	1	0	0	0	26		26	9	2	0		
41	11/03/22			1																	
42	14/03/22			1																	
43	16/03/22			1																	
44	19/03/22			1																	
45	21/03/22			1																	
46	22/03/22	1	0	0	1	0	0	0	0	1	0	0	0	5		2	2	1	1		
47	23/03/22			1																	
48	23/03/22	1	0	0	1	1	0	0	0	0	0	0	0	2		2	0	0			
49	23/03/22			1		0	0	0	0	1	0	0	0	3	358	2	0	0	0		
50	24/03/22	1	0	0	1	0	0	0	0	0	1	0	0	88		26	74	8	1		
51	26/03/22	0	1	0	1	0	1	0	0	0	0	0	0	1	402	1	0	1	1		
52	26/03/22			1																	
53	31/03/22			1																	
54	01/04/22			1																	
55	04/04/22			1																	
56	04/04/22	0	1	0	1	0	0	0	1	0	0	0	0	3	10.300	2	0	0	0		
57	05/04/22			1																	
58	06/04/22			1																	
59	08/04/22	0	1	0	1	0	0	0	0	1	0	0	0	1		0	0	0	0		
60	11/04/22			1																	
61	12/04/22			1																	
62	13/04/22			1																	
63	16/04/22			1																	
64	21/04/22			1																	
65	22/04/22			1																	
66	26/04/22			1																	
67	27/04/22			1																	
68	28/04/22			1																	
Total		68	11	6	49	19	5	1	0	3	6	1	0	2	0	483	12376	116	154	17	8

Nota: Fuente: Elaboración propia.

Tabla 14: Presencia de publicaciones de RSC en redes sociales por banco en porcentajes

Publicaciones RSC	Instagram (%)	Twitter (%)
Banco Sabadell	11,86	5,54
Banco Santander	4,49	1,25
Banco Bankinter	1,60	2,18
Banco CaixaBank	4,17	6,06
Banco BBVA	1,28	5,67
Publicaciones No RSC	76,60	79,30

Nota: Cálculo del porcentaje de posts de RSC por muestreo en las redes sociales de Instagram y Twitter. Fuente: Elaboración propia.

Tabla 15: Presencia de publicaciones de RSC en Instagram y Twitter

	Instagram	Twitter	Total
No RSC	239	1203	1442
RSC	73	314	387
Total publicaciones analizadas			1829
Porcentaje total de publicaciones de RSC (%)			21,16
Porcentaje total de publicaciones de No RSC			78,84

Nota: Cálculo de porcentaje total de posts de RSC en las redes sociales de Instagram y Twitter. Fuente: Elaboración propia.

Tabla 16: Presencia en porcentaje de publicaciones de RSC en IG y TW

Posts	Instagram		Twitter		Total	%
	nº	%	nº	%		
No RSC	239	76,60	1203	79,30	1442	78,84
RSC	73	23,40	314	20,70	387	21,16
Total publicaciones analizadas	312	100,00	1517	100,00	1829	100,00

Nota: Segundo procesamiento de los datos para responder a la PI1. Fuente: Elaboración propia.

Tabla 17: Porcentaje total de posts de RSC

Red social	% RSC	% No RSC	Total
Instagram	23,40	76,60	78,84
Twitter	20,70	79,30	21,16

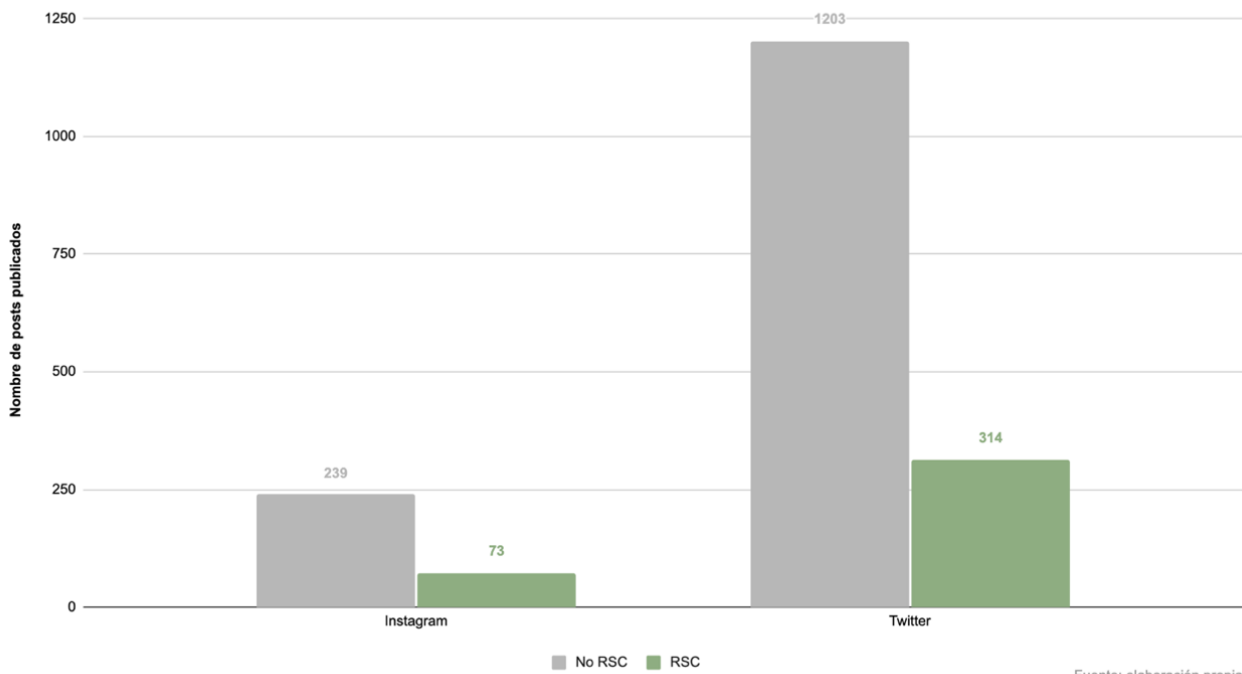
Nota: Tercer procesamiento de los datos para responder a la PI1 y encontrar la forma más clara para ilustrar los resultados. Fuente: Elaboración propia.

Tabla 18: Porcentaje de posts de RSC por banco en IG y TW

Red social	Porcentaje (%) de posts de RSC por banco				
	Banco Sabadell	Banco Santander	Banco Bankinter	Banco CaixaBank	Banco BBVA
Instagram	11,86	4,49	1,60	4,17	1,28
Twitter	5,54	1,25	2,18	6,06	5,67

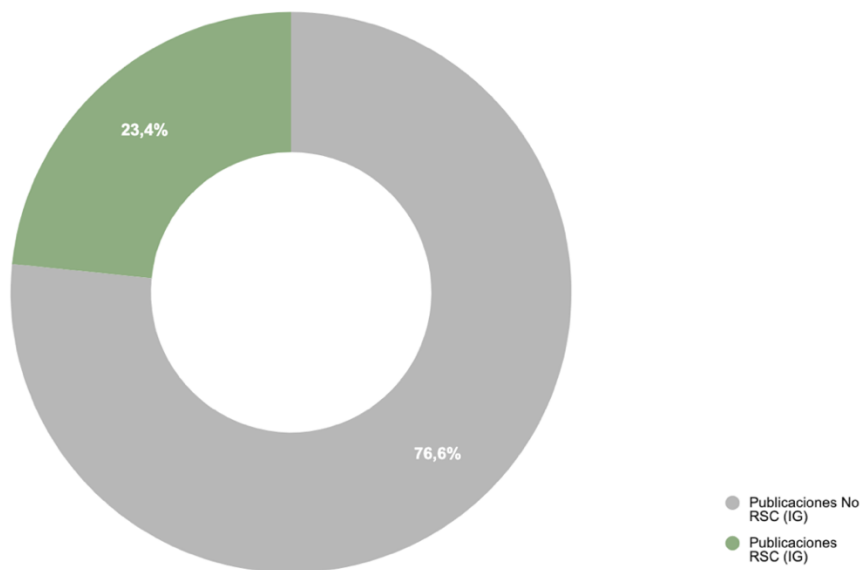
Nota: Segundo procesamiento de datos. Se reunió el porcentaje de posts de RSC por cada muestra. Fuente: Elaboración propia.

Ilustración 1: Posts de RSC en redes sociales



Nota: Se ilustró a través de la gráfica de barras el número de posts total de RSC en cada red social analizada.

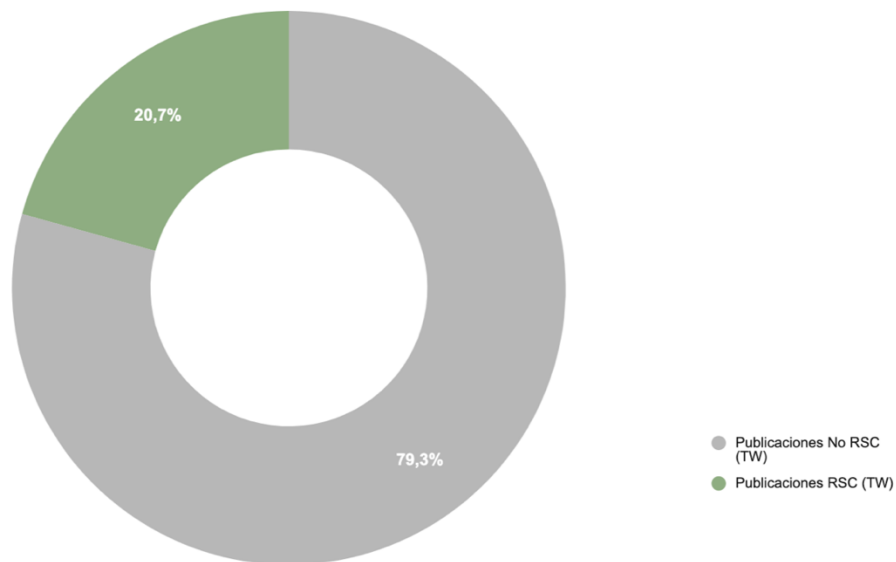
Ilustración 2: Presencia de publicaciones de RSC en Instagram



Fuente: Elaboración propia

Nota: A través de una gráfica sectorial se ilustraron los datos pertenecientes al porcentaje total de publicaciones de RSC en Instagram.

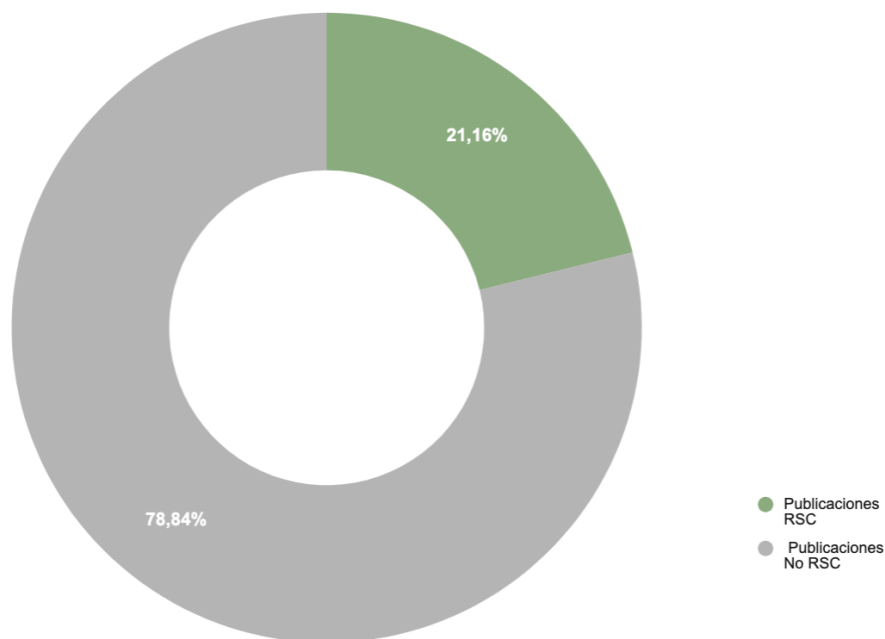
Ilustración 3: Presencia de publicaciones de RSC en Twitter



Fuente: Elaboración propia

Nota: A través de una gráfica sectorial se ilustraron los datos pertenecientes al porcentaje total de publicaciones de RSC en Twitter.

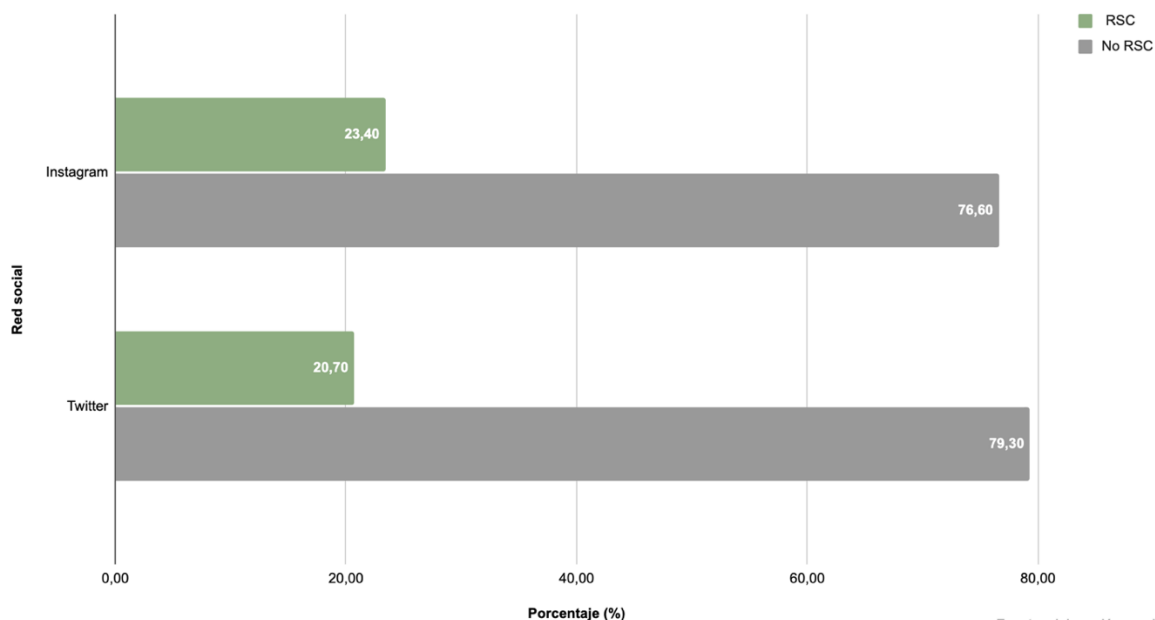
Ilustración 4: Presencia de publicaciones de RSC en Instagram y Twitter



Fuente: Elaboración Propia

Nota: Se realizó una gráfica sectorial de los datos pertenecientes al porcentaje total de publicaciones de RSC en Instagram y Twitter.

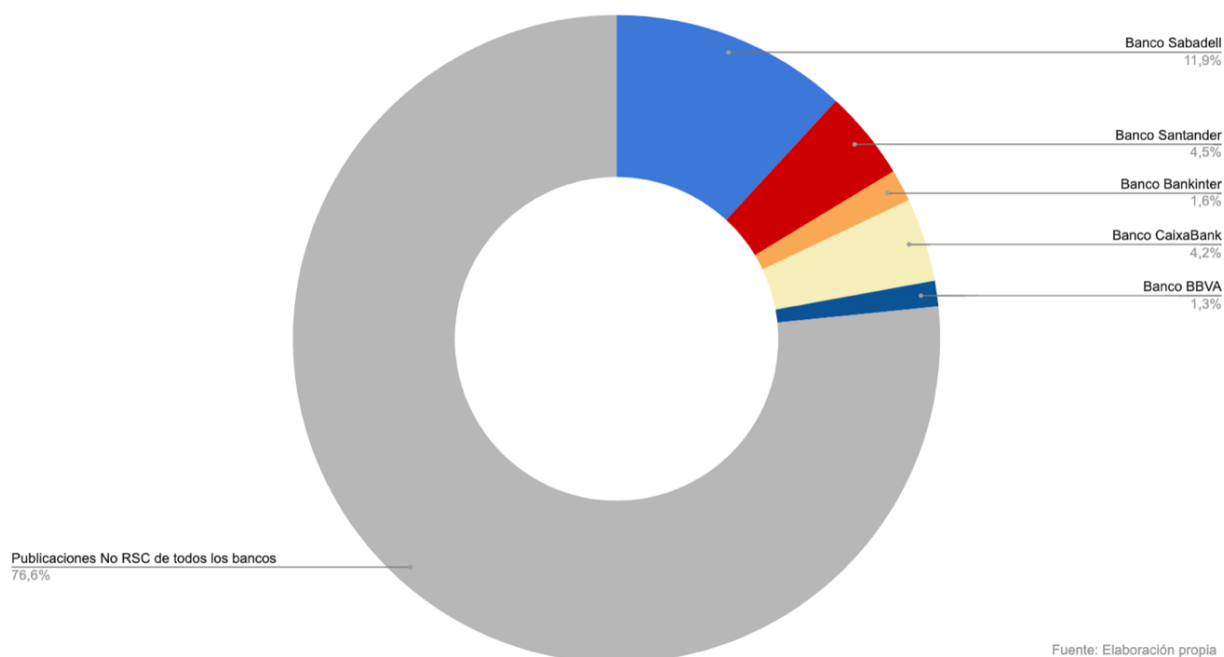
Ilustración 5: Presencia de posts de RSC en redes sociales



Fuente: elaboración propia

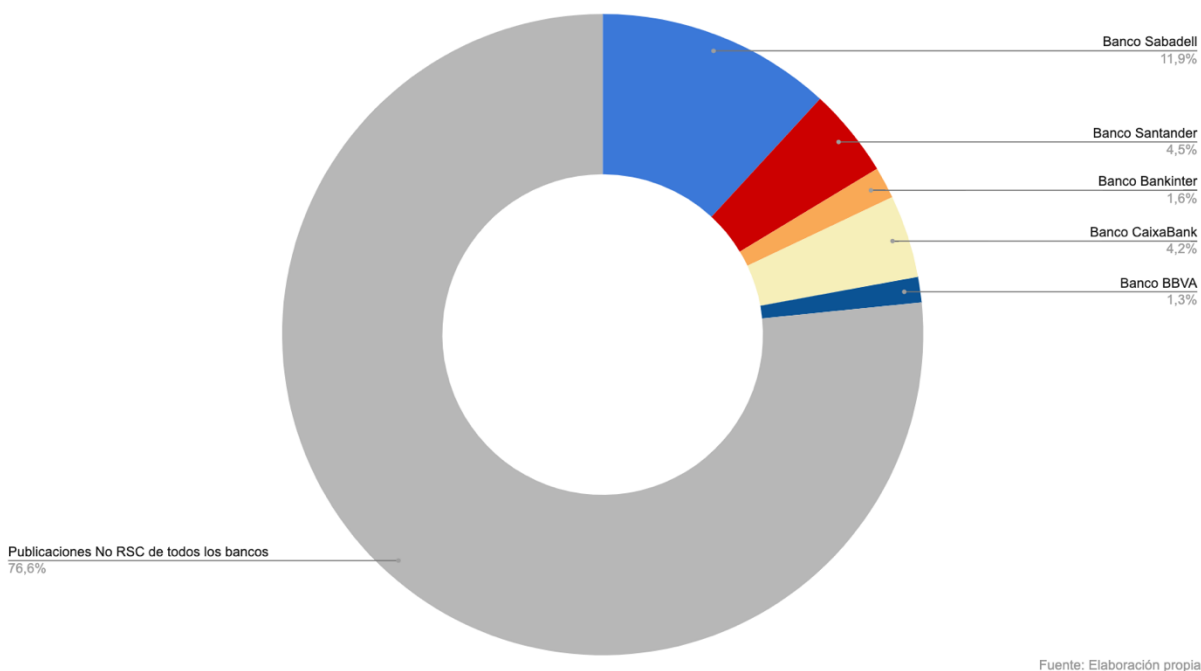
Nota: Segundo procesamiento de los datos. Se escogió un gráfico de barras para ilustrar de una forma más clara los resultados obtenidos.

Ilustración 6: Presencia de publicaciones de RSC en Instagram por banco



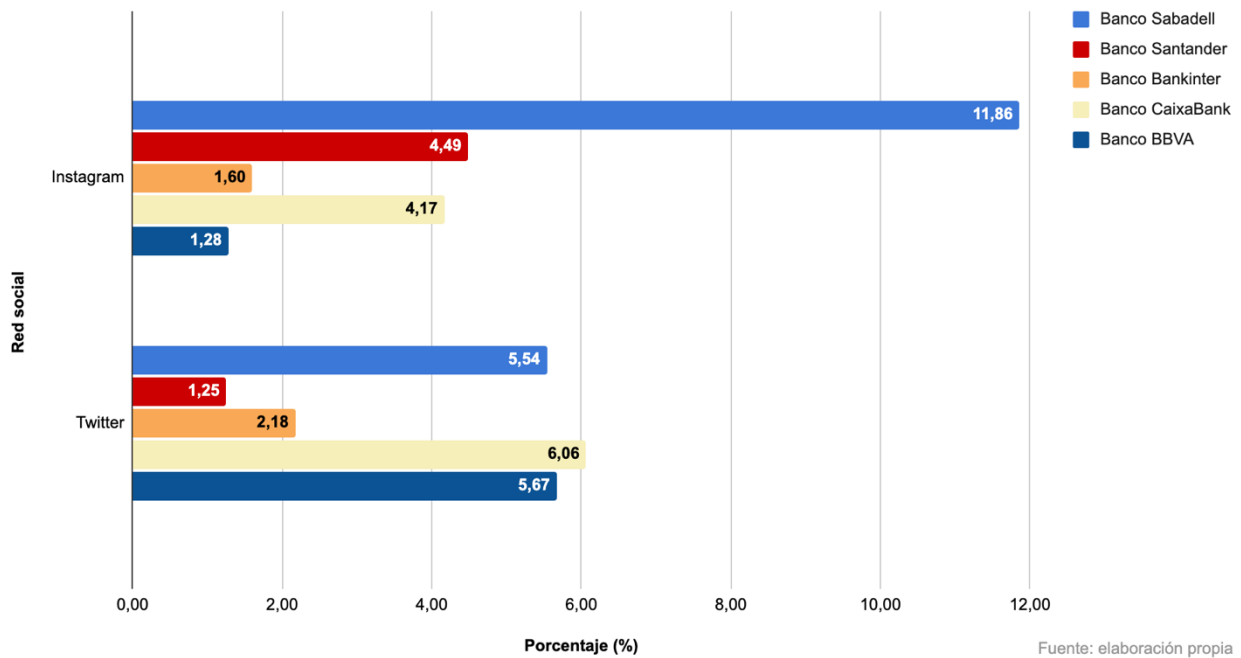
Nota: Se realizó una gráfica sectorial de los datos pertenecientes al porcentaje total de publicaciones de RSC en Instagram por banco.

Ilustración 7: Presencia de publicaciones de RSC en Twitter por banco



Nota: Se ilustró el porcentaje total de publicaciones de RSC en Twitter por banco una gráfica sectorial.

Tabla 19: Presencia de posts de RSC por banco



Nota: Segundo procesamiento de los datos. Se escogió un gráfico de barras para ilustrar de una forma más clara los resultados obtenidos.

Anexo 5. Análisis de contenido de temáticas de RSC en redes sociales

Tabla 20: Temáticas de RSC por banco con sus porcentajes

Red Social	Contenido						Total	%
	Temáticas	Banco Sabadell	Banco Santander	Banco Bankinter	Banco CaixaBank	Banco BBVA		
Instagram	Económico (GRI)	11	3	0	3	2	19	26,03
	Medioambiental (GRI)	6	1	0	1	2	10	13,70
	Prácticas laborales (GRI)	0	0	1	0	0	1	1,37
	Derechos humanos (GRI)	4	2	0	2	0	8	10,96
	Sociedad (GRI)	12	6	0	7	0	25	34,25
	Responsabilidad del producto (GRI)	3	1	0	0	0	4	5,48
	Informes RSC	1	0	1	0	0	2	2,74
	Logros RSC	0	1	2	0	0	3	4,11
	Premios RSC	0	0	1	0	0	1	1,37
							73	100,00
Twitter	Económico (GRI)	18	5	18	32	15	88	27,94
	Medioambiental (GRI)	27	1	0	14	20	62	19,68
	Prácticas laborales (GRI)	13	0	0	18	15	46	14,60
	Derechos humanos (GRI)	2	3	0	0	3	8	2,54
	Sociedad (GRI)	16	8	2	23	16	65	20,63
	Responsabilidad del producto (GRI)	1	1	0	1	2	5	1,59
	Informes RSC	7	0	6	2	5	20	6,35
	Logros RSC	0	2	5	1	7	15	4,76
	Premios RSC	0	0	2	1	3	6	1,90
							315	100,00

Nota: Se agruparon los datos de la Matriz de datos I y II de la dimensión “Temáticas”. Fuente: Elaboración propia.

Tabla 21: Porcentaje de publicaciones con temáticas de RSC en Instagram y Twitter

Temáticas RSC	Instagram	Twitter	Total	%
Económica (GRI)	19	88	107	27,58
Medioambiental (GRI)	10	62	72	18,56
Prácticas laborales (GRI)	1	46	47	12,11
Derechos humanos (GRI)	8	8	16	4,12
Sociedad (GRI)	25	65	90	23,20
Responsabilidad del producto (GRI)	4	5	9	2,32
Informes RSC	2	20	22	5,67
Logros RSC	3	15	18	4,64
Premios RSC	1	6	7	1,80
Total	73	315	388	100,00

Nota: Se realizó el cálculo porcentual del total de posts de cada temática en ambas redes sociales. Fuente: Elaboración propia.S

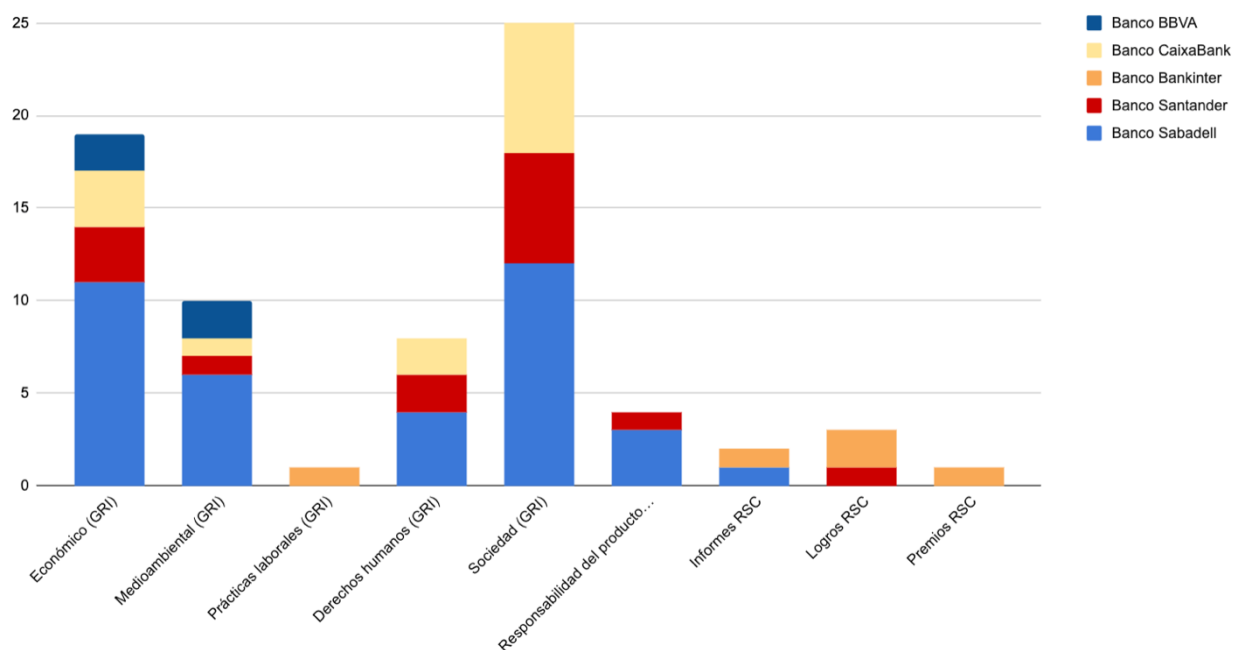
Tabla 22: Temáticas RSC en Instagram y Twitter

Temáticas RSC	Instagram		Twitter		Total	
	nº	%	nº	%	nº	%
Económica (GRI)	19	26,03	88	27,94	107	27,58
Medioambiental (GRI)	10	13,70	62	19,68	72	18,56
Prácticas laborales (GRI)	1	1,37	46	14,60	47	12,11
Derechos humanos (GRI)	8	10,96	8	2,54	16	4,12
Sociedad (GRI)	25	34,25	65	20,63	90	23,20
Responsabilidad del producto (GRI)	4	5,48	5	1,59	9	2,32
Informes RSC	2	2,74	20	6,35	22	5,67
Logros RSC	3	4,11	15	4,76	18	4,64
Premios RSC	1	1,37	6	1,90	7	1,80
Total	73	100,00	315	100,00	388	100,00

Fuente: Elaboración propia

Nota: Segundo procesamiento de datos. Se agrupó los datos relevantes para traer claridad a los resultados del análisis.

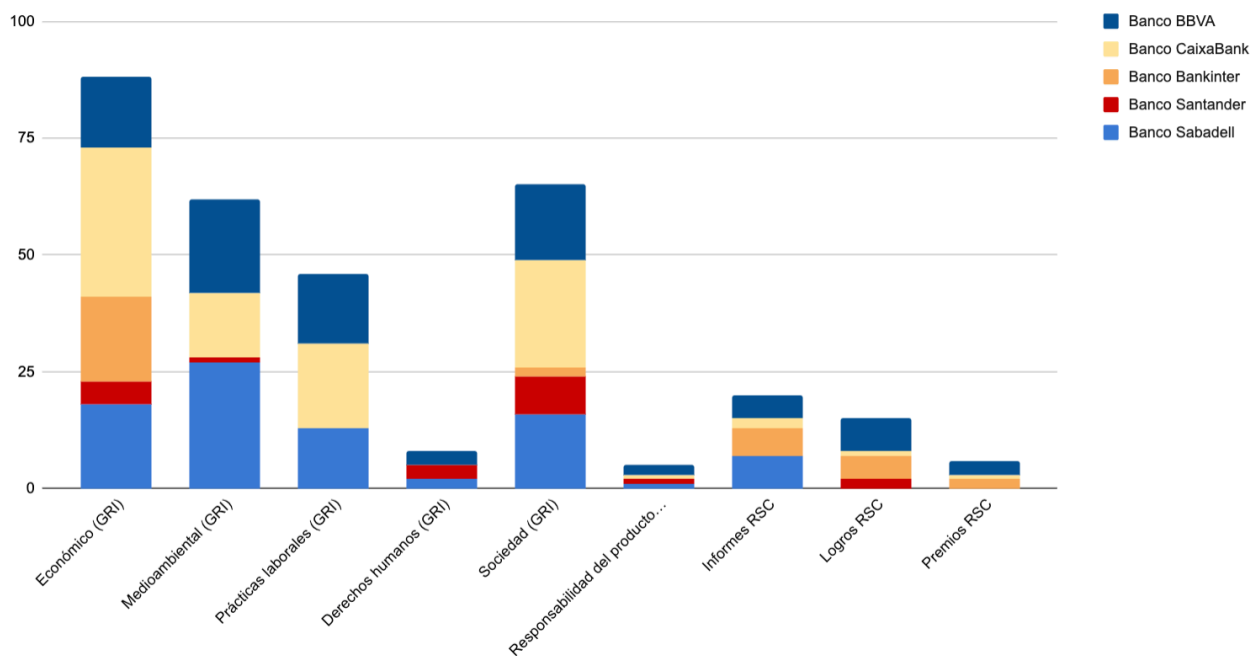
Ilustración 8: Temáticas RSC en Instagram por banco



Fuente: Elaboración propia

Nota: Se intentó ilustrar a través de la gráfica de columnas apiladas los posts de RSC de cada banco sobre el total de posts de cada una de las temáticas en Instagram.

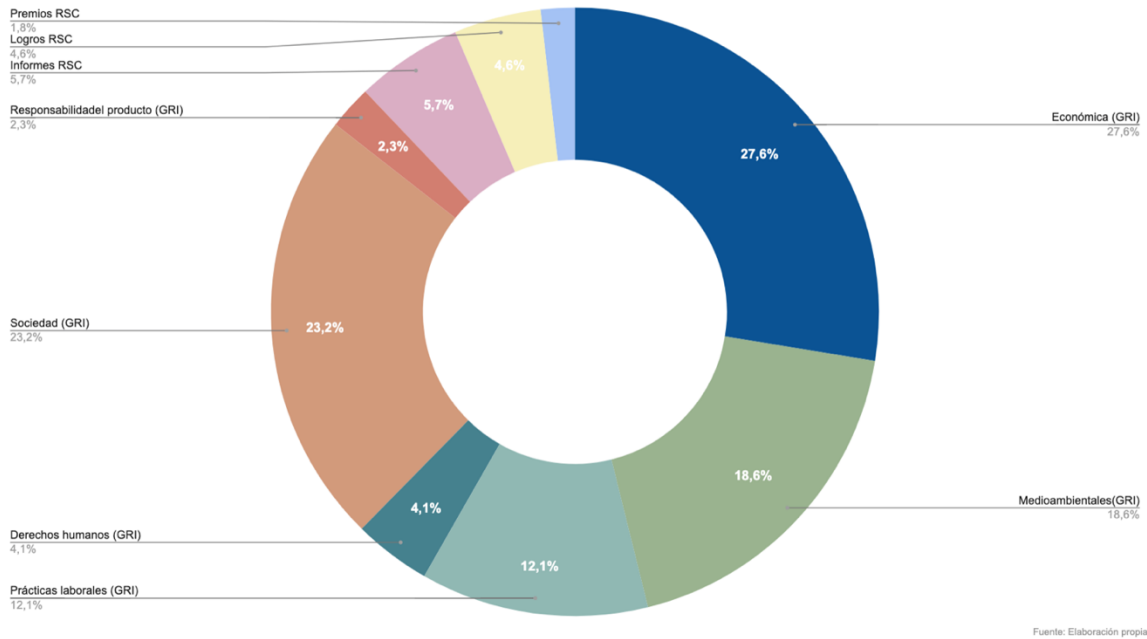
Ilustración 9: Temáticas RSC en Twitter por banco



Fuente: Elaboración propia

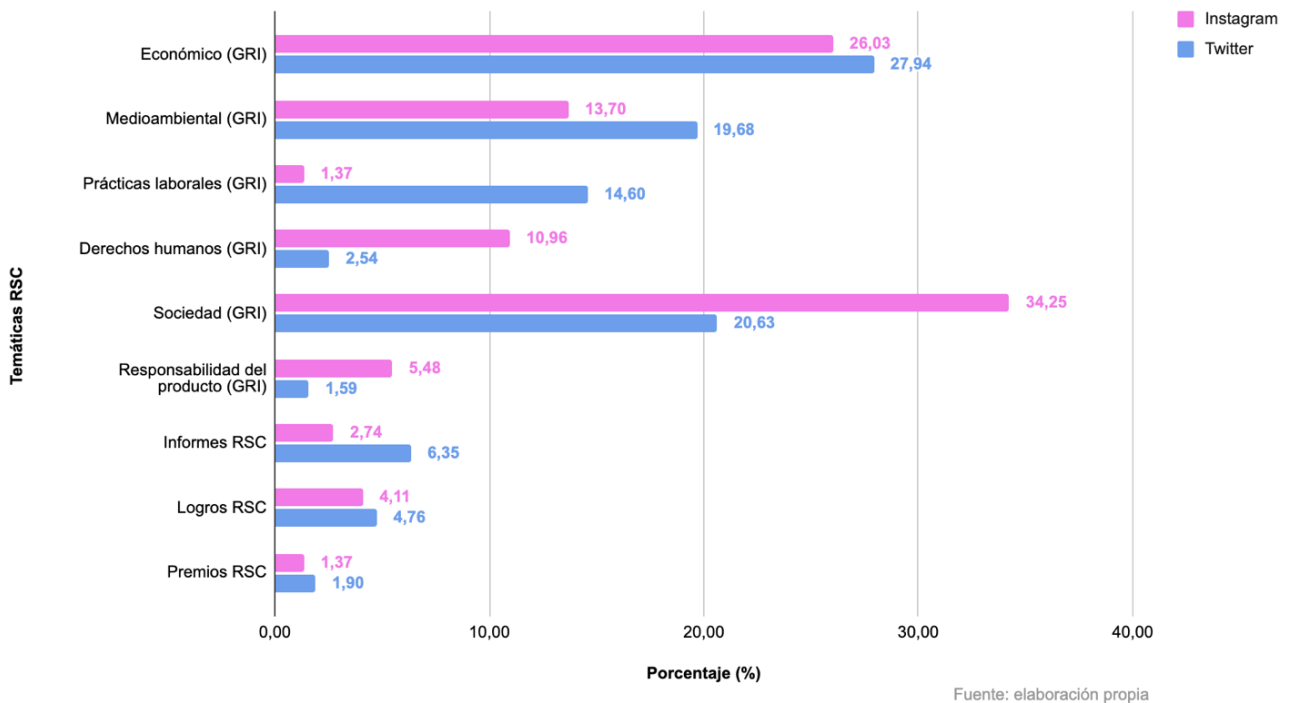
Nota: Se intentó ilustrar a través de la gráfica de columnas apiladas los posts de RSC de cada banco sobre el total de posts de cada una de las temáticas en Twitter.

Ilustración 10: Temáticas de RSC en Instagram y Twitter



Nota: A través del gráfico sectorial, se representa el porcentaje de posts de cada temática sobre el total de publicaciones de RSC.

Ilustración 11: Porcentaje de temáticas de RSC en redes sociales



Nota: Segundo procesamiento de datos. Se seleccionó la gráfica de barras para ilustrar el porcentaje de temáticas presente en Instagram y Twitter y dar respuesta a la PI2.

Anexo 6. Análisis de interacción en publicaciones de RSC de redes sociales

Tabla 23: Engagement de publicaciones de RSC en Instagram

Red Social	Interacción						
	Engagement	Banco Sabadell	Banco Santander	Banco Bankinter	Banco CaixaBank	Banco BBVA	Total
Instagram	Likes	141	9.698	578	1.726	114	12257
	Visualizaciones	482	80.202	0	281.495	5.406	367585
	Comentarios	19	187	11	92	54	363

Nota: Se recogió los datos de la matriz de datos I y II para determinar el *engagement* de los posts de RSC en Instagram. Fuente: Elaboración propia.

Tabla 24: Comunicación de doble vía de publicaciones de RSC en Instagram

Comunicación doble vía	Interacción					Total
	Banco Sabadell	Banco Santander	Banco Bankinter	Banco CaixaBank	Banco BBVA	
Comentarios reenviados	3	28	0	10	4	45
Copy con intención de interacción	5	10	2	1	2	20

Nota: Se recogió los datos de la matriz de datos I y II para determinar la comunicación de doble vía de los posts de RSC en Instagram. Fuente: Elaboración propia.

Tabla 25: "Engagement" de las publicaciones de RSC en Twitter

Red Social	Interacción						
	Engagement	Banco Sabadell	Banco Santander	Banco Bankinter	Banco CaixaBank	Banco BBVA	Total
Twitter	Likes	314	463	87	1.087	409	2360
	Reproducciones	3346	12.376	422	133.708	2.730	152582
	Comentarios	31	12376	55	108	145	12715
	Retweets	128	154	28	455	128	893

Nota: Se recogió los datos de la matriz de datos I y II para determinar el *engagement* de los posts de RSC en Instagram. Fuente: Elaboración propia.

Tabla 26: Comunicación de doble vía de publicaciones de RSC en Twitter

Red Social	Interacción						
	Comunicación doble vía	Banco Sabadell	Banco Santander	Banco Bankinter	Banco CaixaBank	Banco BBVA	Total
Twitter	Comentarios reenviados	6	17	0	3	16	42
	Copy con intención de interacción	28	8	7	19	19	81

Nota: Se recogió los datos de la matriz de datos I y II para determinar la comunicación de doble vía de los posts de RSC en Instagram. Fuente: Elaboración propia.

Tabla 27: Comparativa del “Engagement” de publicaciones de RSC en redes sociales

Engagement	Instagram	Twitter	Total
Likes	12257	2360	14617
Visualizaciones	367585	152582	520167
Comentarios	363	12715	13078

Nota: Se exponen los datos en comparativa del “Engagement” total de las publicaciones de RSC en las redes sociales de Instagram y Twitter.

Tabla 28: Comparativa de la comunicación de doble vía de publicaciones de RSC en redes sociales

Comunicación doble vía	Instagram	Twitter	Total
Comentarios reenviados	45	42	87
Copy con intención de interacción	20	81	101

Nota: Se exponen los datos en comparativa de la “Comunicación de doble vía” de las publicaciones de RSC en las redes sociales de Instagram y Twitter.

Tabla 29: Comparativa de “Visualizaciones” de posts de RSC en redes sociales

	Instagram		Twitter	
	nº posts vídeo	Visualizaciones	nº posts vídeo	Visualizaciones
Banco Sabadell	6	482	21	3346
Banco Santander	6	80.202	8	12.376
Banco Bankinter	0	0	2	422
Banco CaixaBank	9	281.495	11	133.708
Banco BBVA	3	5.406	1	2.730
Total	24	367585	43	152582

Fuente: Elaboración propia

Nota: En esta se puede ver de forma clara las visualizaciones de cada banco en cada una de sus redes sociales con la suma de posts en formato vídeo que ellos publicaron en los meses analizados.

Tabla 30: Comparativa del porcentaje de retroalimentación en redes sociales

Red Social	Comunicación doble vía	Interacción										Total	% Mensajes reenviados
		Banco Sabadell		Banco Santander		Banco Bankinter		Banco CaixaBank		Banco BBVA			
		nº	%	nº	%	nº	%	nº	%	nº	%		
Instagram	Comentarios reenviados	3	15,79	28	15	0	0	10	11	4	7,41	45	12,40
	Total de comentarios	19		187		11		92		54		363	
Twitter	Comentarios reenviados	6	19,35	17	0	0	0	3	3	16	11,03	42	0,33
	Total de comentarios	31		12376		55		108		145		12715	

Nota: Esta tabla muestra una comparativa del porcentaje de cada banco de retroalimentación en las redes sociales de Instagram y Twitter. En ella también se observa el porcentaje final de mensajes reenviados en las dos redes sociales.

Tabla 31: Comparativa del porcentaje de mensajes reenviados en posts de RSC por bancos

Mensajes reenviados	Instagram (%)	Twitter (%)
Banco Sabadell	15,79	19,35
Banco Santander	15	0
Banco Bankinter	0	0
Banco CaixaBank	11	3
Banco BBVA	7,41	11,03

Nota: Esta es extraída de la Tabla 30, para facilitar la automatización de dichos datos a una ilustración. Fuente: Elaboración propia.

Tabla 32: Comparativa de posts con "copy" con intención de interacción

Red Social	Comunicación doble vía	Interacción										Total	%
		Banco Sabadell		Banco Santander		Banco Bankinter		Banco CaixaBank		Banco BBVA			
		nº	%	nº	%	nº	%	nº	%	nº	%		
Instagram	Posts con copy con intención de interacción	5	13,51	10	71,43	2	40,00	1	7,69	2	50,00	20	27,40
	Nombre total de posts de RSC	37		14		5		13		4		73	
Twitter	Posts con copy con intención de interacción	28	33,33	8	42,11	7	21,21	19	20,65	19	22,09	81	25,80
	Nombre total de posts de RSC	84		19		33		92		86		314	

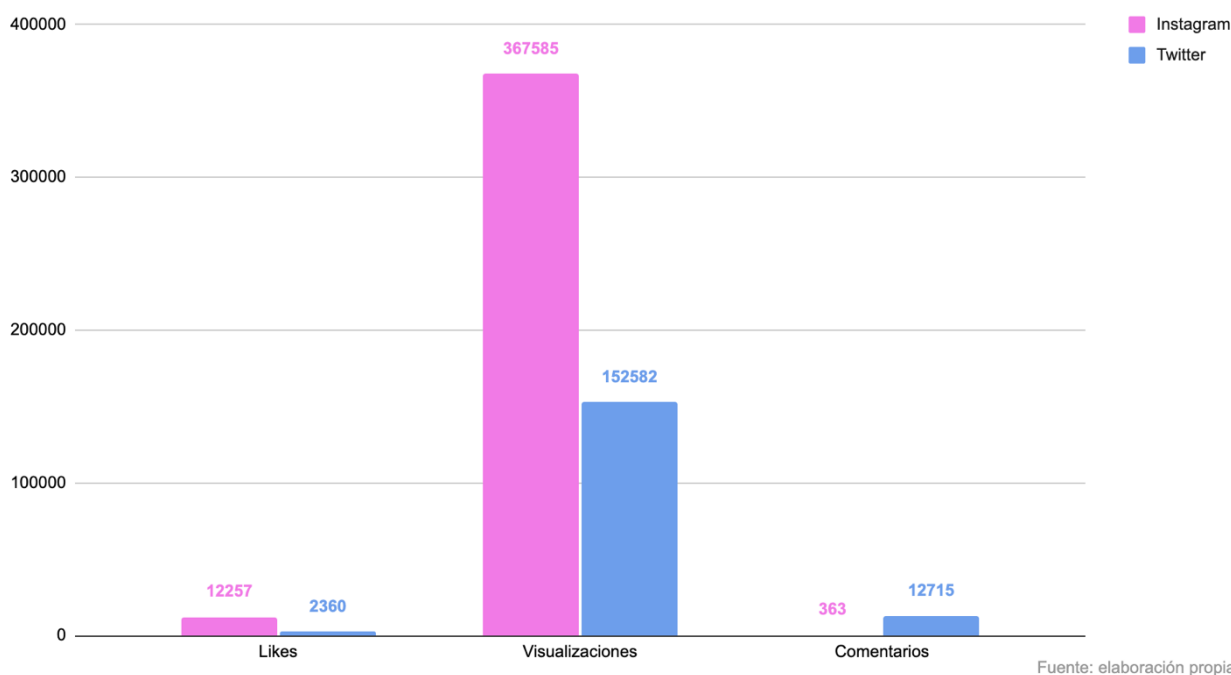
Nota: Esta tabla representa una comparativa del porcentaje de posts que contienen un "copy" con la intención de fomentar interacción.

Tabla 33: Porcentaje de posts con "copy" con intención de interacción en redes sociales por banco

	Instagram (%)	Twitter (%)
Banco Sabadell	13,51	33,33
Banco Santander	71,43	42,11
Banco Bankinter	40,00	21,21
Banco CaixaBank	7,69	20,65
Banco BBVA	50,00	22,09

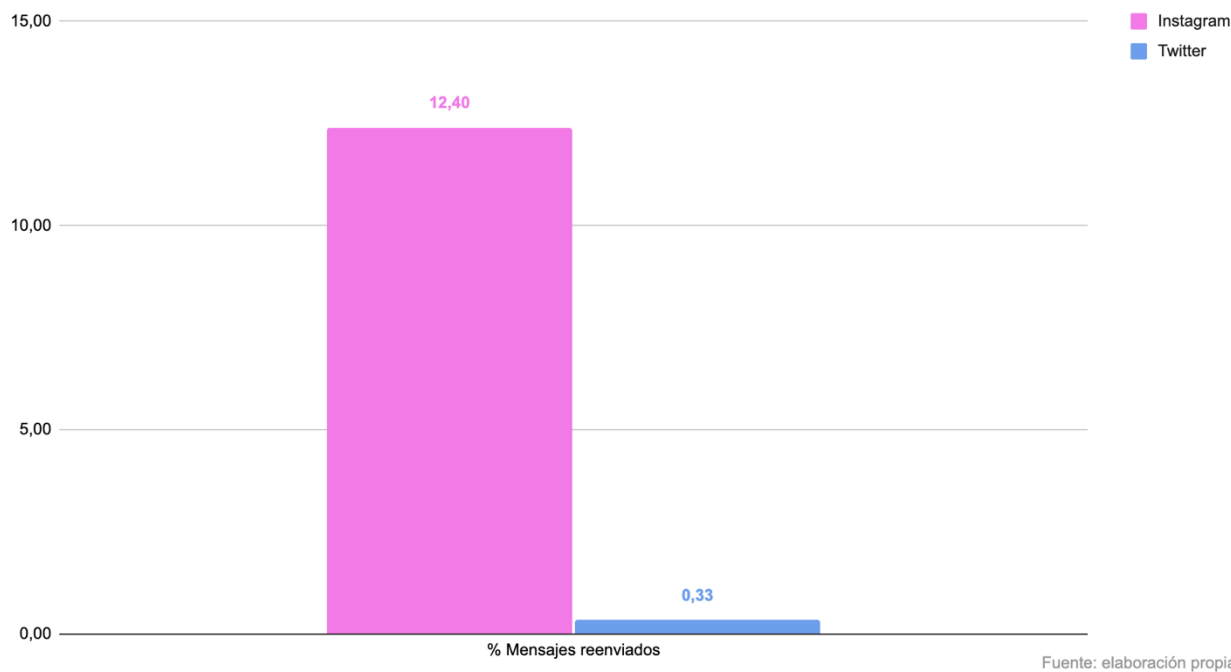
Nota: Esta es extraída de la Tabla 32, para facilitar la automatización de dichos datos a una ilustración. Fuente: Elaboración propia.

Ilustración 12: "Engagement" de los posts de RSC en Instagram y Twitter



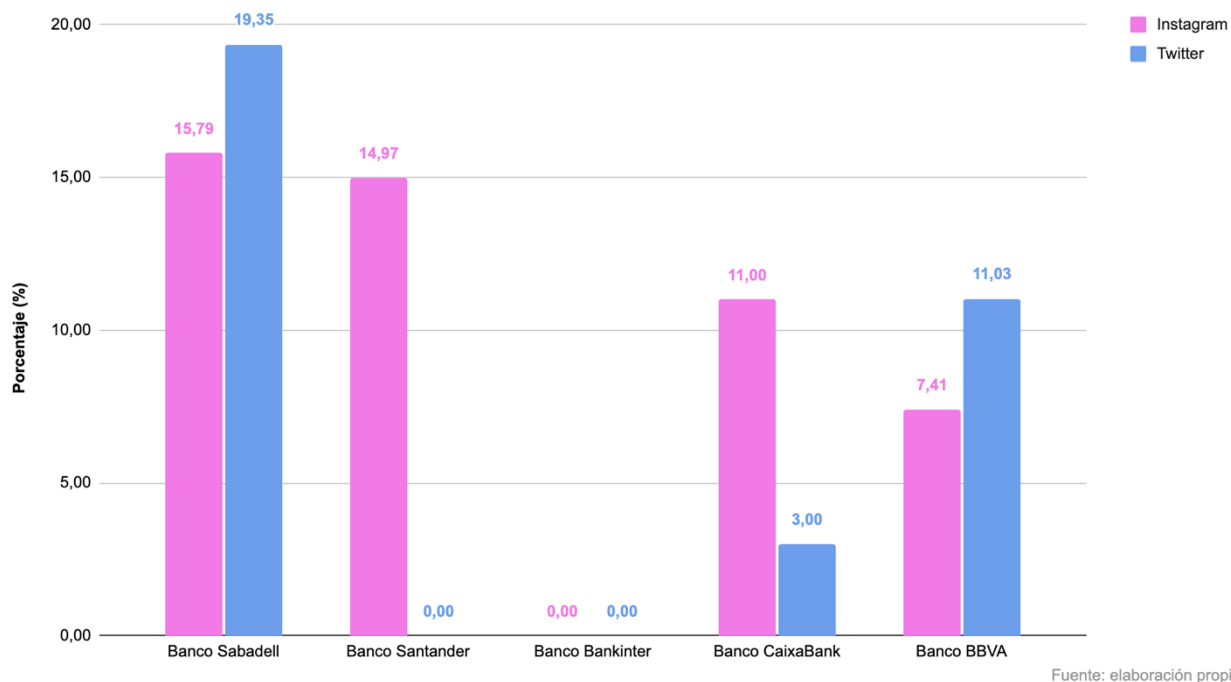
Nota: Ilustra el nombre de “Me gustas”, “Visualizaciones” y “Comentarios” que recibieron los posts de RSC en su totalidad en las redes sociales de Instagram y Twitter.

Ilustración 13: Porcentaje de mensajes reenviados en Instagram y Twitter



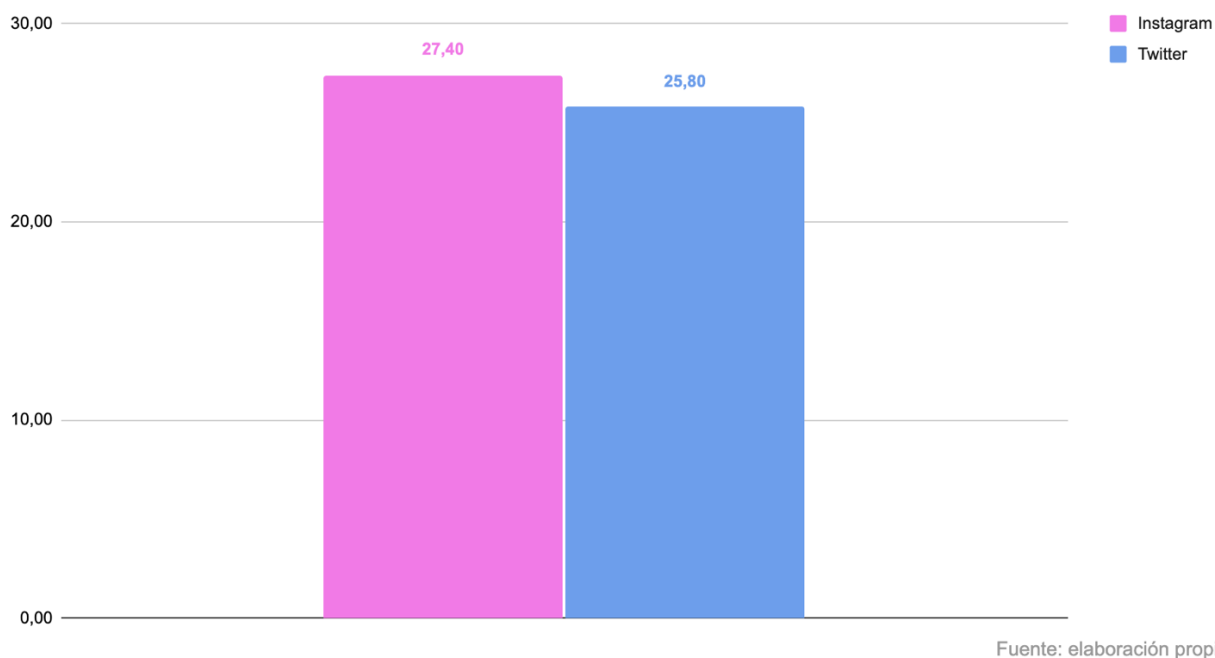
Nota: Ilustra el porcentaje de mensajes que se reenviaron en Instagram y Twitter.

Ilustración 14: Porcentaje de mensajes reenciados en Instagram y Twitter por banco



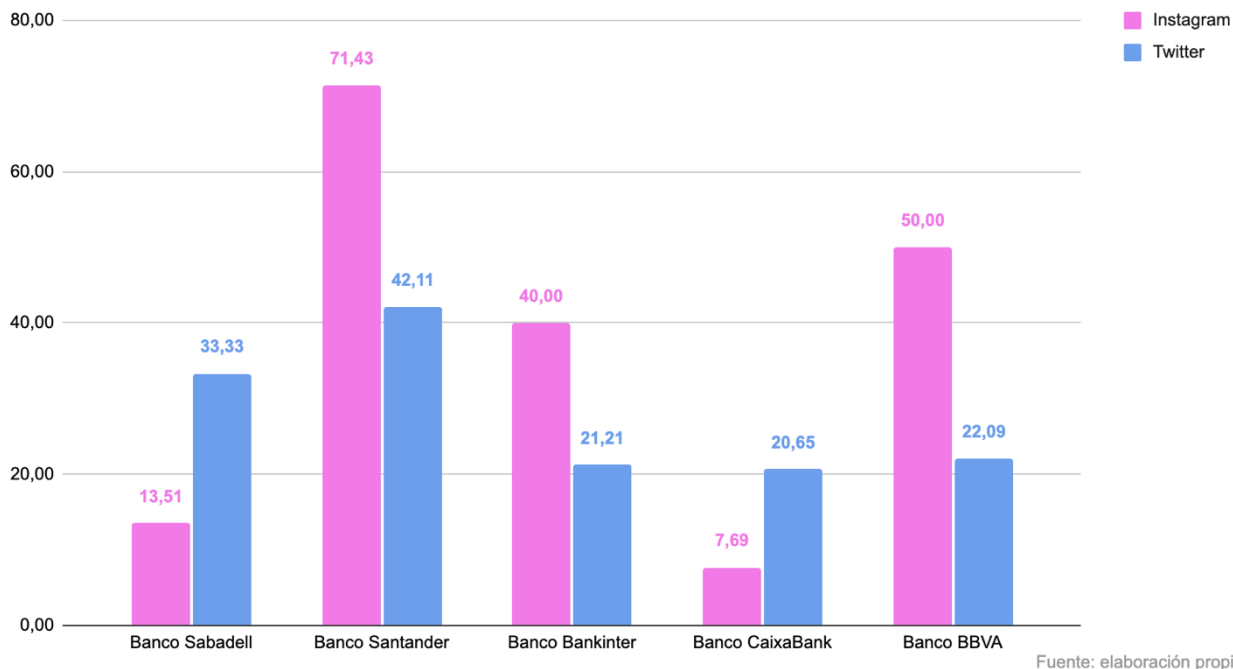
Nota: Ilustra el porcentaje de mensajes que reenviaron cada banco en las redes sociales de Instagram y Twitter.

Ilustración 15: Porcentaje de posts con "copy" con intención de interacción



Nota: Esta ilustración representa el porcentaje total de posts con "copy" con intención de interacción en cada red social.

Ilustración 16: Comparativa del porcentaje de posts con "copy" con intención de interacción por banco



Nota: Se observa el porcentaje de posts de RSC elaborado con un "copy" con intención de interacción en cada banco distinguiendo su red social.