

Una revisión a la investigación en responsabilidad social corporativa en el sector bancario*

121

Yenni Viviana Duque Orozco**

Deissy Martínez Barón***

Sandra Liliana Botón Gómez****

Palabras clave

Responsabilidad social corporativa, sector bancario, investigación, problemáticas, metodologías.

Clasificación JEL

M14, G39, B49

Resumen

Este documento revisa los estudios de responsabilidad social corporativa (RSC) en el sector bancario. Busca identificar los principales problemas analizados al respecto en la literatura científica, así como las metodologías empleadas, a través de una revisión extensa de artículos de investigación, libros y capítulos de libros publicados en las bases de datos Scopus y Journal Citation Index (antes ISI) entre 1998 y 2011. Los resultados evidencian un alto interés por parte de los investigadores en estudiar la divulgación de la RSC del sector bancario empleando métodos cuantitativos y cualitativos; sin embargo, fenómenos como la percepción de los *stakeholders* al respecto del desempeño social y ambiental de las entidades bancarias, el impacto de las prácticas de RSC en el desarrollo local o nacional de países en vías de desarrollo (especialmente en Latinoamérica) y la responsabilidad del sector en la bancarización no se han abordado en profundidad.

Fecha de recepción: 23 de mayo de 2012 • Fecha de aceptación: 17 de septiembre de 2012

* El presente artículo es resultado de la investigación ECO 719 “Prácticas de Responsabilidad Social Empresarial del sector bancario en Colombia”, financiada por la Vicerrectoría de Investigaciones de la Universidad Militar Nueva Granada.

** Docente Investigadora en la Facultad de Ciencias Económicas de la Universidad Militar Nueva Granada. Administradora de Empresas, Especialista en Gerencia de la Calidad y Magíster en Gestión de Organizaciones de la Universidad Militar Nueva Granada. Correo electrónico: yenni.duque@unimilitar.edu.co

*** Auxiliar de Investigación en la Facultad de Ciencias Económicas de la Universidad Militar Nueva Granada. Economista y profesional en Relaciones Internacionales de la Universidad Militar Nueva Granada; estudiante de Maestría en Economía de la Pontificia Universidad Javeriana. Correo electrónico: deissy.martinez@umng.edu.co

**** Auxiliar de Investigación en la Facultad de Ciencias Económicas de la Universidad Militar Nueva Granada. Economista de la Universidad Militar Nueva Granada; estudiante de Maestría en Economía de la Pontificia Universidad Javeriana. Correo electrónico: sandra.boton@unimilitar.edu.co

A Review of Research on Corporate Social Responsibility in the Banking Sector

Abstract

This paper reviews the studies on corporate social responsibility (CSR) in the banking sector. It seeks to identify the main issues analyzed in this regard in scientific literature, as well as the methodologies used, through an extensive review of research articles, books and book chapters published in the Scopus and Journal Citation Index (previously ISI) databases between 1998 and 2011. Results show a high interest among researchers in studying the dissemination of CSR in the banking sector using quantitative and qualitative methods; however, phenomena such as the perception of *stakeholders* in regards to the social and environmental performance of banks, the impact of CSR practices in the local or national development in developing countries (especially in Latin America) and the sector's responsibility in bankarization have not been addressed in depth.

Keywords

Corporate Social Responsibility, banking sector, research, problems, methodologies.

Uma revisão à investigação em responsabilidade social corporativa no setor bancário

Resumo

Este documento revisa os estudos de responsabilidade social corporativa (RSC) no setor bancário. Busca identificar os principais problemas analisados ao respeito na literatura científica, assim como as metodologias empregadas, através de uma revisão extensa de artigos de investigação, livros e capítulos de livros publicados nas bases de dados Scopus e JournalCitationIndex (antes ISI) entre 1998 e 2011. Os resultados evidenciam um alto interesse por parte dos investigadores em estudar a divulgação da RSC do setor bancário empregando métodos quantitativos e qualitativos; contudo, fenômenos como a percepção dos *stakeholders* com respeito ao desempenho social e ambiental das entidades bancárias, o impacto das práticas de RSC no desenvolvimento local ou nacional de países em vias de desenvolvimento (especialmente na América Latina) e a responsabilidade do setor bancário não têm sido abordados aprofundadamente.

Palavras chave

Responsabilidade social corporativa, setor bancário, investigação, problemáticas, metodologias.

Introducción

Hace algunos años se consideraba que el sector bancario tenía un bajo impacto medioambiental y social; sin embargo, en los últimos tiempos ha ido cambiando esta apreciación y se ha destacado el impacto de la responsabilidad social corporativa (RSC) del sector bancario en todo el sistema económico, como emisor de esta filosofía al resto de sectores empresariales.

123

De esta manera, el tema de la RSC ha tomado mayor relevancia en las últimas décadas por parte de empresarios, políticos y académicos, y ha sido objeto de estudio en la mayoría de las escuelas de administración, filosofía, economía y derecho, entre otras. Son numerosos los estudios que abordan el tema de la RSC. Una gran proporción de ellos busca identificar la relación entre el desempeño corporativo y las prácticas socialmente responsables, o de otra manera, encontrar la importancia estratégica de estas prácticas en las instituciones.

El objetivo del presente documento es identificar los problemas estudiados en la literatura científica con respecto a la RSC en el sector bancario y las metodologías empleadas para abordar el tema, a través de una revisión extensa de artículos de investigación, libros y capítulos de libros publicados entre los años 1998 y 2011 en bases de datos Scopus y Journal Citation Index (antes ISI). Es importante aclarar que la revisión no se circunscribe a una localización geográfica; los documentos encontrados corresponden a múltiples países ubicados en los diferentes continentes. Por otra parte, la intencionalidad temporal recoge los documentos desde la aparición de las publicaciones en el tema objeto de estudio hasta el año 2011; por lo tanto, no pretende hacer un análisis cronológico.

El artículo está organizado en cuatro secciones. En la primera se presenta la metodología empleada para realizar la revisión. En la segunda, el documento se aproxima a los problemas abordados en la literatura sobre la RSC en el sector bancario. En la tercera parte se analizan las metodologías utilizadas para abordar los problemas y, por último, se exponen las conclusiones.

Metodología

El diseño metodológico corresponde a un abordaje hermenéutico, el cual se desarrolló a través de un proceso descriptivo e interpretativo que diera cuenta del estado del arte de la investigación sobre la RSC en el sector bancario.

En la primera fase se realizó la búsqueda de la literatura correspondiente al tema en las bases de datos Scopus, Journal Citation Index (antes ISI), Redalyc y

124

SciELO, teniendo como palabras clave de búsqueda: *Corporate Social Responsibility, Corporate Social Performance, Corporate Social Reporting, banking sector, bank, banks, banking*. Los resultados arrojaron 36 artículos desde el año 1998 desarrollados en diferentes países. La revisión se realizó en el 2011 y, por lo tanto, se registran los documentos desarrollados hasta ese año. Es importante aclarar que el objeto del presente trabajo no tiene una pretensión de análisis cronológico; sin embargo, se aportan elementos al respecto para futuros estudios.

Posteriormente, se realizó un proceso de sistematización de la información de los documentos sujetos de revisión. Se utilizó inicialmente una categorización abierta, es decir, luego de la sistematización se agruparon los datos en categorías similares de acuerdo con sus contenidos temáticos (problema abordado) y con las metodologías empleadas. La interpretación permitió definir cuatro grandes problemas que han sido abordados en la literatura sobre RSC y cuatro aproximaciones metodológicas para acercarse a estos problemas. En la tabla 1 se muestran las categorías definidas:

Tabla 1. Problemas y metodologías abordados en los estudios sobre RSC en el sector bancario (1998-2011)

Problemas	
1	Percepciones sobre responsabilidad social corporativa
2	Motivaciones de las prácticas socialmente responsables
3	Prácticas de RSC en el sector bancario
4	Divulgación de la RSC en el sector bancario
Metodologías	
1	Revisión teórica
2	Revisión documental a partir de los informes anuales de RS
3	Aproximaciones cuantitativas o modelos econométricos
4	Aproximaciones cualitativas

Fuente: elaboración propia.

Resultados

Problemas abordados en los estudios sobre responsabilidad social corporativa (RSC) en el sector bancario

125

Los estudios sobre responsabilidad social corporativa en el sector bancario abordan temáticas que principalmente buscan estudiar la percepción sobre esta, las prácticas socialmente responsables y sus motivaciones, y la divulgación de sus resultados.

En la tabla 2 se presentan los estudios revisados en las categorías identificadas respecto de los problemas abordados. La información contenida en la tabla muestra que el 32% de los documentos se preocupa por la divulgación de la RS en el sector bancario. La profundidad de la información presentada, los matices del discurso empleado, los estilos de comunicación y los medios de difusión son las principales preocupaciones de esta categoría. El segundo problema más importante, con una representación del 27%, corresponde a las prácticas de RS. Preguntas como qué realizan en cada una de las dimensiones de RS las entidades bancarias y cuál es el resultado de esas prácticas, son los interrogantes más comunes que se plantean los investigadores en este plano. Las motivaciones para llevar a cabo las prácticas de RS constituyen el tercer problema con un 24% y las percepciones sobre la RSC en el sector bancario responden al 16%.

Tabla 2. Investigaciones y enfoques temáticos de los estudios de RSC en el sector bancario

Temática del problema abordado	N.º de investigaciones	Autores
Percepciones sobre responsabilidad social corporativa	6	Angus-Leppan et ál. (2010); Áñez et ál. (2008); Decker y Sale (2009); Programa Laboral de Desarrollo (Plades) (2008); Yeung (2011); Chambers y Day (2009).
Motivaciones en las prácticas socialmente responsables	9	Campbell (2007); Chich et ál. (2009); Chomvilailuk y Butcher (2010); Coupland (2006); McDonald y Rundle-Thiele (2008); Polonsky y Scott (2005); Senthikumar et ál. (2011); Vargo y Lush (2004).
Prácticas de RSC en el sector bancario	10	Achua (2008); Cosmin (s. f.); Gilder et ál. (2005); Humphreys y Brown (2008); Larrache (2009); Ruiz et ál. (2009); Sarro et ál. (s. f.); Scholtens (2009); Schultz (2007); Viganò y Nicolai (2006).
Divulgación de la RSC en el sector financiero	12	Asvany (2008); Castelo y Lima (2008); Douglas et ál. (2004); Dusuki (2003); Farook y Lanis (2007); Kahn, Halabi y Samy (2009); Hassan (2009); Hassan y Syafri (2009); Hinson et ál. (2010); Maingot y Zeghal (2008); Tsang (1998); Wise y Mahboob (2009).

Fuente: elaboración propia con base en la revisión.

Percepciones sobre responsabilidad social corporativa

126 El análisis de prácticas de responsabilidad social empresarial parte de identificar las diferentes percepciones del concepto de RSC y las prácticas socialmente responsables. La literatura evidencia que son muchos los estudios de caso donde se dejan ver el desconocimiento en el ámbito conceptual frente a la RSC y la poca documentación que existe en las diferentes instituciones respecto a las prácticas y el objetivo de ellas.

Angus, Metcalf y Benn (2010) afirman que la responsabilidad social corporativa es un término que ha sido utilizado indistintamente en cuanto a responsabilidad y sostenibilidad de las empresas. La RSC ha sido abordada como un concepto muy amplio que implica la responsabilidad de la corporación con las partes interesadas, pero la práctica se ha centrado en términos meramente económicos en las empresas, mas no existe un trasfondo que venga dado por los valores de la empresa y su comportamiento e impacto en la sociedad.

Yeung (2011) explora las percepciones sobre responsabilidad social corporativa y prácticas bancarias en las principales instituciones financieras en Hong Kong. El autor encuentra que en general existe claridad sobre las prácticas socialmente responsables; sin embargo, las percepciones son limitadas en cuanto a las prácticas adoptadas. El documento sustenta la importancia del concepto y los elementos clave de la RSC, pues a partir de ello pueden trazarse iniciativas y principios que permitan generar impactos positivos en clientes y en la sociedad.

Por su parte, Áñez, Hernández, Silvestri y Gómez (2008) realizan una revisión bibliográfica donde analizan los elementos que conforman la RSC. Los autores determinaron que existen elementos comunes en las definiciones de RSC relacionados con el compromiso que significan las prácticas de negocios tolerables y el desempeño ambiental, entre otros. Estos elementos son: compromiso de las empresas, decisión voluntaria, beneficios para la sociedad y públicos de interés, conducta ética, desempeño ambiental y adaptabilidad. Las empresas que implementan RSC están integradas por un cúmulo de acciones de integración voluntaria de responsabilidades económicas, éticas y legales concernientes a las situaciones sociales y del medio ambiente en el quehacer de las operaciones comerciales y las relaciones con los *stakeholders*. De igual forma, establecen que las dimensiones de la RSC ayudan a establecer un proceso dirigido a aplicar estrategias para realizar inversiones participativas dentro de la comunidad (Plades, 2008).

De la misma manera, en la investigación de Decker y Sale (2009) se realiza un análisis de percepciones de los banqueros frente al concepto y las prácticas de RSC. Los resultados indican que existen diferencias importantes en cuanto a la

comprensión personal de cada uno de ellos acerca de la RSC, y que estas percepciones parecen tener relación con las dimensiones culturales de la organización. Los autores sugieren una visión de la RSC como un medio de diferenciación institucional. Un hallazgo relevante frente al concepto de RSC surge de la respuesta de ciertos encuestados cuando se aborda la temática en cuestión, pues algunos prefirieron hablar de sostenibilidad porque ese era el término utilizado por su organización, mientras que otros hablaron de responsabilidad corporativa o responsabilidad social corporativa.

127

Motivaciones en las prácticas socialmente responsables

Existen diversas posturas sobre las razones por las cuales las empresas ejercen prácticas socialmente responsables y sobre por qué las ejercen. Estudios como el de Chich, Chich y Chen (2009) argumentan que las firmas e instituciones ejercen prácticas de responsabilidad social con el fin de fortalecer ventajas sobre la competencia; de esta manera, las empresas tienen menos incentivos para actuar de manera socialmente responsable si no hay demasiada competencia. En su revisión, los autores encuentran que las corporaciones son más propensas a ejercer prácticas de RSC si existe un sistema de autorregulación e instituciones privadas que garanticen y vigilen dicho comportamiento. El estudio expone que existe una relación positiva entre la RSC y la rentabilidad de una empresa (Campbell, 2007).

En este sentido, Coupland (2006) evidencia en su análisis de cinco grupos bancarios que las organizaciones adoptan una postura con respecto a la responsabilidad social con fines de lucro o incremento de sus utilidades. De la misma manera, Chomvilailuk y Butcher (2010) buscan, a partir de tres diferentes prácticas de responsabilidad social corporativa, demostrar que existe una influencia sobre la preferencia de una marca en el sector bancario en Tailandia. Los resultados encontrados por los autores indican que las iniciativas de responsabilidad social tienen cierta influencia sobre la preferencia por una marca, lo cual se traduce en mayor rentabilidad.

Otro punto importante respecto a las motivaciones de la RSC hace referencia al impacto de las iniciativas de RSC sobre la satisfacción de los clientes. Teóricamente, el cliente es uno de los actores más importantes en la red de una organización por su papel en cuota de mercado y en crecimiento de la empresa; por esto, las perspectivas encaminadas a una respuesta más efectiva a los intereses de los clientes, se consideran positivas para la organización (Polonsky y Scott, 2005; Vargo y Lush, 2004).

En este sentido, McDonald y Rundle-Thiele (2008) encuentran que las empresas socialmente responsables tienen impactos positivos sobre sus clientes, asociados a lealtad; además, argumentan que las iniciativas encaminadas al bienestar de la comunidad en general y aquellas que determinan la satisfacción del cliente promueven una actitud positiva del cliente hacia la empresa. En concordancia, Senthikumar, Ananth y Arulraj (2011) argumentan que la responsabilidad social corporativa influye positivamente en la satisfacción del cliente; un ejemplo de ello es la adopción de prácticas hacia la calidad de los servicios bancarios.

Prácticas de RSC en el sector financiero

Humphreys y Brown (2008) realizaron en su artículo un estudio de los procesos organizacionales con el fin de analizar cómo los individuos de una organización interactúan en temas relevantes de RSC. Los autores encuentran que las empresas cada vez más informan sobre sus actividades de RSC, por ejemplo, al nombrar personal, al desarrollar políticas y procesos para gestionar la RSC, y al crear responsabilidades de gestión de dirección en el área. Concluyen que ha habido un crecimiento de la RSC en fondos de inversión socialmente responsables y en analistas y consultores. Las presiones externas de los clientes, accionistas, organismos reguladores y gubernamentales, así como las exigencias internas de los empleados, han provocado que la RSC no sea una opción. Al respecto, Ruiz, Ríos y Tirado (2009) argumentan el desarrollo de políticas y el crecimiento en RSC para el sistema financiero, y posicionan el concepto de banca ética en cuanto a máxima participación social, gestión eficaz, existencia del código ético, transparencia y calidad de inversión, entre otras.

Scholtens (2009) expone un marco de referencia para evaluar la responsabilidad social empresarial en bancos internacionales. En el análisis incluye una evaluación a 32 bancos internacionales en 15 países, encontrando en sus resultados que existe una asociación positiva y significativa entre la puntuación de un banco en la RSC y su situación financiera, tamaño y calidad. Se encontró también que, en general, los bancos han mejorado considerablemente sus prácticas en RSC entre 2000 y 2005; además, se evidencian cambios significativos con respecto a su posición y desempeño en RSC.

En este contexto, algunos autores han fundamentado sus investigaciones en estudios de caso sobre prácticas de responsabilidad social del sector financiero en diferentes partes del mundo. Así, Viganò y Nicolai (2006) analizan cuatro tipos de instituciones financieras europeas, encontrando resultados importantes frente a RSC. Los autores evidencian que esta es percibida por los bancos como

un camino que conduce de una etapa de compromiso hacia resultados visibles y sustanciales tanto en el interior como en el exterior de cada banco. Además, los resultados muestran que el marco Global Reporting Initiative (GRI) es cada vez más utilizado por los bancos en sus informes de sostenibilidad, de tal manera que las prácticas de RSC cada vez son más consistentes. En cuanto a la evaluación de las políticas, se encuentra que el cambio climático demuestra una mejora en el rendimiento, seguido por la promoción de la igualdad de género.

De otro lado, Achua (2008) evidencia los avances en RSC en los bancos nigerianos. Iniciativas como el patrocinio de estudios a población vulnerable, la promoción del deporte y la creación de centros de capacitación, resumen inversiones cercanas a los 1,44 millones de dólares entre los años 2000 y 2002.

Gilder, Schuyt y Breedijk (2005) analizan el programa de voluntariado financiado por ABN-AMRO a su grupo de empleados con el fin de indagar las motivaciones a participar o no en el programa. Los resultados muestran que el programa en general es valorado positivamente por los voluntarios y por la comunidad. Adicionalmente, esta práctica ha traído beneficios para la empresa ligados a un incremento en el compromiso de los empleados y un efecto positivo sobre la reputación de la empresa.

De igual forma, Sarro, Cuesta y Penelas (s. f.) exponen un panorama general de las prácticas de RSC que se llevan a cabo en entidades bancarias españolas, encontrando grandes deficiencias conceptuales respecto a la percepción de responsabilidad social. En el estudio se evidencia una preocupación de las instituciones financieras respecto a la RSC, pues en gran medida obedece a la presión que ejercen los reguladores y el Estado, y no a una decisión de conciencia respecto al desarrollo sostenible. Sin embargo, se considera que la RSC en las entidades bancarias tiende a crecer a través del tiempo y que a través de ello se proyecta una gestión de riesgo, de tal manera que disminuir algunas acciones ambientales y sociales de sus clientes permita reducir riesgos propios de su actividad.

Por su parte, Ruiz, Ríos y Tirado (2009) evidencian la evolución que han seguido las instituciones bancarias españolas para incorporar las expectativas de los grupos de interés en la gestión de RSC, así como su relación con la crisis económica actual. El autor encuentra que, a partir de 2006, existen cambios significativos en la relación de las entidades con sus grupos de interés; existe ahora una participación bidireccional y de cooperación en la toma de decisiones. Se encuentra que, a partir de ese año, se consolidan las relaciones de la entidad con los *stakeholders* en el marco de prácticas de responsabilidad social.

Por otro lado, un estudio realizado por Cosmin (s. f.) busca contrastar las prácticas de responsabilidad social en Europa y en los bancos rumanos. El autor analiza el direccionamiento de las prácticas en las instituciones financieras, encontrando que son simétricas, con una mayor influencia en la cultura y el deporte para el caso rumano. Las diferencias más marcadas se dan sobre la información respecto a las prácticas, pues en cada caso se informa de acuerdo con las motivaciones por las cuales son socialmente responsables.

Otra investigación que arroja resultados relevantes frente a las prácticas de responsabilidad social es la realizada por Schultz (2007). El autor busca indagar sobre las mejores prácticas de responsabilidad en cuanto a género en dos bancos europeos, haciendo referencia a la implementación a largo plazo de la igualdad de género como un elemento indispensable de toda estrategia RSC en las empresas. En los dos casos de análisis se encuentran importantes métodos de sensibilización respecto a la igualdad de oportunidades y proyección de la situación de la mujer en la empresa. Adicionalmente, el autor identifica que una claridad en la estructura organizacional y un compromiso de todos los niveles jerárquicos con las prácticas de igualdad promovidas por la empresa, garantizan acciones de éxito por parte de unidades de nivel medio en la implementación de dichas prácticas.

Ahora bien, algunos estudios realizados para América Latina evidencian que una gran proporción de las entidades no ejerce prácticas socialmente responsables y aquellas que lo realizan, en una mayoría de los casos, cumplen con lo estrictamente obligatorio. Un ejemplo de ello es la investigación realizada por Larrache (2009). El estudio revela que la responsabilidad social es un concepto no muy difundido en las instituciones financieras argentinas. Se encontró que el 55% de las entidades no realiza ninguna práctica vinculada a la RSC, y solo el 8% de las entidades tiene una planeación estructurada frente a la RSC. El autor concluye sobre la importancia de avanzar en prácticas que beneficien a las entidades y a los *stakeholders* con miras a un sistema financiero argentino sustentable.

Difusión de la RSC en el sector bancario

Existe consenso sobre la importancia de la divulgación de iniciativas y resultados de responsabilidad social corporativa. Por esto, la literatura aborda diversos estudios respecto al qué y cómo se realiza esta difusión, para el caso de análisis, en las instituciones financieras.

Castelo y Lima (2008) abordan su estudio a partir del análisis de la divulgación de la responsabilidad social en los bancos portugueses. Toman como periodo de estudio los años 2004 y 2005. Los autores buscan indagar si la difusión de RSC

en Internet busca promover la comunicación con *stakeholders*. La divulgación realizada focaliza su reporte en temas asociados a medio ambiente y recursos humanos, lo que se explica principalmente porque los informes de tipo anual son dirigidos principalmente a inversionistas. Se identifica que los bancos con mayor visibilidad buscan mejorar su imagen corporativa a través de la difusión de prácticas de RSC en comparación con los bancos que tienen menor visibilidad.

De la misma manera, Kahn, Halabi y Samy (2009) realizan un estudio a los reportes financieros de veinte instituciones bancarias en Bangladesh, encontrando que los bancos ponen gran énfasis en la difusión de prácticas sociales con el recurso humano. Sin embargo, son pocos los aspectos reportados en cuanto a actividades de salud, educación y otro tipo de prácticas. Los autores enfatizan en la necesidad de reportar más información sobre prácticas socialmente responsables que permitan a la comunidad conocer cualitativa y cuantitativamente la inversión de las entidades. Del mismo modo, Wise y Mahboob (2009) hacen referencia a la divulgación de RSC, encontrando que las entidades analizadas hacen énfasis en las iniciativas tomadas para apoyar dos sectores críticos de la economía de Bangladesh: agricultura y Small and Medium Enterprises (SMEs). Los autores no encuentran evidencia de divulgación de prácticas relacionadas con la igualdad de género en el sector empresarial.

Por otro lado, Douglas, Doris y Johnson (2004) realizan un estudio a seis instituciones financieras irlandesas con el fin de demostrar el alcance que tienen los informes sociales, encontrando que la información de carácter social del reporte anual es bastante superficial y sesgada hacia los requisitos legales y preocupaciones de los accionistas. Se realiza el análisis desde mejores prácticas en instituciones financieras en Europa, encontrando que los bancos irlandeses están desactualizados en cuanto a calidad y cantidad de información social en sus reportes anuales.

Hassan y Syafri (2009) desarrollan un índice de divulgación como medida de las prácticas de responsabilidad social empresarial en los bancos islámicos, y demuestran la importancia de la divulgación en cuanto a prácticas de responsabilidad social para fortalecer la imagen y reputación del banco analizado y mantener

"Existe consenso en cuanto a la diversidad de definiciones que existen acerca de la RSC. Muchas de ellas se asocian con el compromiso que significan las prácticas de negocios tolerables, con desempeño ambiental; otras con beneficios para la sociedad, con conducta ética y con adaptabilidad".

la competitividad. Los autores concluyen sobre la importancia de generar una norma de responsabilidad social aplicable a la divulgación de dichas prácticas por las instituciones financieras islámicas; además, enfatizan en que dichas instituciones no tienen prácticas importantes de responsabilidad social corporativa y en que estas deberían incrementar en sus políticas más y mejores prácticas sociales (Dusuki, 2003; Farook y Lanis, 2007; Hassan, 2009).

De la misma manera, Hinson, Boateng y Madichie (2010) hacen énfasis en cómo los bancos de Ghana difunden sus programas e intenciones de responsabilidad social a través de sus páginas web. Los autores encuentran que las entidades financieras analizadas tienen escasos contenidos en las páginas web corporativas y evidencian los retos frente a las prácticas de RSC en cuanto a la comunicación de prácticas en línea como parte de las estrategias básicas de la organización; además, argumentan sobre la importancia de especificar la estructura organizacional que supervisa las iniciativas de RSC en el banco. Los autores concluyen que los bancos deben empezar a incluir el interés en las comunicaciones virtuales como parte integral de las prácticas de RSC.

Asvanyi (2008) examina la comunicación de las actividades de RSC a partir de un estudio de caso de un banco húngaro. El estudio revela que esta institución realiza la práctica y luego se encarga de comunicar las acciones que ha realizado; se encuentra información importante acerca de las iniciativas de RSC de la empresa en la página web, pero pocos resultados sobre la puesta en marcha de dichas iniciativas. El autor hace énfasis en la importancia de la comunicación de prácticas como elemento de desarrollo económico y social que proyecta la imagen de la empresa y refuerza la identidad corporativa, además de generar credibilidad en la empresa y, por ende, ventajas importantes en el mercado.

Tsang (1998) realiza un estudio longitudinal de la divulgación de prácticas de responsabilidad social en Singapur en tres sectores: bancos, comidas y bebidas, y hoteles. El autor encuentra que las compañías cada vez se han vuelto más conscientes de su responsabilidad con empleados, clientes y con la sociedad en general, y la divulgación de sus prácticas se centra en aquellas asociadas a control de contaminación, seguridad industrial, formación y bienestar de los trabajadores. Además, argumenta que las prácticas divulgadas dependen del sector al cual pertenezca la empresa.

Enfoques metodológicos de los estudios de RSC en el sector bancario

Los estudios sobre la responsabilidad social corporativa en el sector bancario usan diversas metodologías para demostrar las implicaciones que esta trae para la sociedad y para las empresas que conforman el sector de estudio, tanto desde el ámbito teórico como desde el empírico.

Estas metodologías van desde revisiones teóricas hasta implementación de modelos econométricos, las cuales proporcionan evidencia de la relevancia de la adopción de prácticas de RSC en el sector bancario. A continuación se relacionarán las principales metodologías usadas para el análisis de la RSC en el sector bancario señalando los principales enfoques empleados.

En la tabla 3 se muestran los estudios correspondientes a cada una de las aproximaciones metodológicas encontradas. El 40% de las investigaciones emplea metodologías cuantitativas que van desde análisis descriptivos hasta modelos econométricos para abordar los diferentes problemas de la RSC en el sector bancario. El 24% aplica métodos cualitativos, el 21% análisis de contenido y el 15% opta por revisiones teóricas.

Tabla 3. Aproximaciones metodológicas de los estudios de RSC en el sector bancario

Aproximaciones metodológicas	N.º de investigaciones	Autores
Revisión teórica	5	Chambers y Day (2009); Wilson (2008); Velázquez et ál. (2008); Wood (1991); Zenisek (1979).
Análisis de contenido (revisión documental) a partir de los informes anuales de RS	7	Castelo y Lima (2008); Douglas et ál. (2004); Hinson et ál. (2010); Kahn, Halabi y Samy (2009); Maingot y Zeghal (2008); Tsang (1998); Wise y Mahboob (2009).
Aproximaciones cuantitativas o modelos econométricos	13	Aupperle et ál. (1985); Carroll (1979); Cetindamar y Husoy (2007); Farook y Lanis (2007); Jamali y Mirshak (2007); Knight (2006); Maali, Casson y Napier (2003); Maccarrone (2009); McWilliams y Siegel (2001); Neal y Cochran (2008); Waddock y Graves (1997); Wartick y Cochran (1985); Wood (1991).
Aproximaciones cualitativas	8	Crowther y Aras (2008); Jonker y De Witte (2006); Hogan (2009); Maignan y Ralston (2002); Pesce (2005); Truñó (2006); Turban y Greening (1997).

Metodología: revisión teórica, percepciones sobre RSC

Una gran parte de los análisis sobre la RSC en el sector bancario, elaborados por autores tanto nacionales como internacionales, es realizada desde la revisión teórica, dado que una de las principales preocupaciones es entender la mecánica del sector dentro de las prácticas de RSC y, a su vez, identificar cómo la implementación de dichas prácticas afecta positiva o negativamente el desempeño de las compañías del sector.

Zenisek (1979) publica un artículo de revisión de las definiciones y modelos del fenómeno de RSC, en el cual encuentra que la conceptualización de la RSC tiene profundas fallas de argumentación tanto teórica como empírica. El autor propone una definición de responsabilidad social basada en la noción de *fit* entre la ética de los negocios y las expectativas sociales del sector económico privado. Para llegar a la construcción de la definición de RSC, el autor revisó la Escala de Eells y la Escala de Walton de responsabilidad social. El modelo propuesto por el autor se denomina modelo de cuatro celdas de la escala de responsabilidad social y tiene una tipología heurística.

Presenta una partición de la escala de responsabilidad social en cuatro fases, cada una representada por un modelo; a su vez, cada modelo es un tipo ideal. Los cuatro modelos son: propietario/gerente, participante de la organización, ambiente laboral y sociedad. Adicionalmente, el autor plantea dos razones por las cuales este modelo es mejor que los precedentes sobre responsabilidad social; la primera es que las cuatro fases de la tipología representan una escala de Guttman en que cada fase contiene todas las características de las fases que la preceden; la segunda razón es que el modelo sigue la apariencia de congruencia múltiple entre el desarrollo histórico de las demandas y expectativas sociales.

Autores como Wood (1991) han analizado la RSC a partir de los principios, estableciendo que los principios de responsabilidad social están enmarcados a escala institucional, organizacional e individual. Este artículo proporciona importantes avances conceptuales, dado que reformula el modelo de desempeño social empresarial. En primer lugar, la articulación de tres principios de responsabilidad social a escala institucional, organizacional e individual clarifica el debate a largo plazo sobre responsabilidad social y enfatiza en que los principios motivan el comportamiento humano y organizacional. En segundo lugar, la identificación de los procesos de respuesta específica y evaluación ambiental, entre otros, muestra los canales a través de los cuales las compañías realizan sus actividades con el exterior. En tercer lugar, los impactos, políticas y programas sociales como

productos colectivos de las interacciones ambientales de la compañía, remueven el desempeño social corporativo a evaluaciones más pragmáticas.

Por otra parte, el análisis y la evaluación de la interrelación entre la RSC y el papel del sector bancario en la sociedad, son algunos de los temas que buscan ser comprendidos desde la teoría. Tal es el caso de Chambers y Day (2009), quienes realizan un estudio para revisar el origen y los argumentos de la RSC en el interior de las entidades bancarias y las expectativas éticas de la sociedad, particularmente con respecto a la exclusión financiera.

Wilson (2008) también trata el tema de la exclusión financiera desde la perspectiva teórica, con el fin de discutir esta problemática en Australia particularmente, y argumenta que el papel de los bancos es fundamental para contrarrestar la exclusión financiera sobre las bases de la responsabilidad social corporativa relacional, proporcionando entrada a la banca mediante el acceso a créditos seguros pequeños y de corto plazo.

Uno de los documentos base para el estudio de la RSC es el *Libro verde de la responsabilidad social corporativa en el sector financiero* (Confederación Española de Cajas de Ahorro, s. f.), el cual es un documento de análisis que describe el estado del arte de la responsabilidad social empresarial en el sector financiero y su implementación en las entidades del sector. El documento plantea que la RSC está dividida en dos ramas. La primera es la dimensión interna, referida a las prácticas responsables de las empresas que afectan a los trabajadores, donde se tienen en cuenta cuestiones como la inversión en recursos humanos, en la salud y en la seguridad, y la gestión del cambio, mientras que las prácticas respetuosas con el medio ambiente tienen que ver fundamentalmente con la gestión de los recursos naturales utilizados en la producción. La segunda de las dimensiones, la externa, está referida al entorno local —ya sea a escala europea o mundial—, a los socios comerciales, proveedores y consumidores, a los derechos humanos —sobre todo en lo que respecta a las actividades internacionales y las cadenas de suministro mundiales, lucha contra la corrupción, códigos de conducta— y a los problemas ecológicos mundiales.

Dando una mirada a la RSC en países como México, Velázquez, Munguía, Zabala, Esquer y Marín (2008) realizan una revisión a las prácticas de RSC en México. Los hallazgos evidencian que los beneficios de la RSC son imprecisos debido a la falta de información y acceso a la información. En consecuencia, el campo de la RSC no es muy bien conocido en México. Esto ha afectado la habilidad de los mexicanos para aprender y apoyar a las corporaciones con programas de responsabilidad social. No obstante, en México se tiende a la participación

en programas de caridad promovidos por corporaciones. Una de las principales motivaciones es la mejora de la imagen corporativa.

136

Metodología: revisión de reportes anuales, divulgación de las prácticas de RSC

A medida que se realizaba la revisión de los estudios sobre responsabilidad social corporativa en el sector bancario, se encontró que una de las formas más comunes para este análisis es la revisión de los reportes anuales realizados por los establecimientos bancarios, los cuales, en muchos de los casos, proporcionan información sobre las actividades relacionadas con RSC en el interior de cada banco, dado que tradicionalmente este tipo de acciones evidencia el enfoque de interés en lo social por parte de las empresas.

En este sentido, Castelo y Lima (2008) realizan un estudio que busca determinar el comportamiento de la divulgación de la responsabilidad social corporativa en los bancos portugueses mediante la revisión de los reportes anuales de 2003 y 2004. A través de la visita a los sitios web de cada banco, donde plasman los avances que consideran como prácticas de RSC adicional a los reportes de sostenibilidad o reportes anuales de gestión, los autores encontraron que los bancos portugueses atribuyen mayor importancia a los reportes anuales de Internet como medio de divulgación, visto desde las cuatro categorías analizadas: empleados, medio ambiente, productos y consumidores, e involucramiento con la comunidad. Con respecto a las categorías, el medio ambiente y los recursos humanos son aquellas a las cuales se les presta mayor atención en los reportes anuales de las empresas bancarias portuguesas.

De igual forma, Douglas, Doris y Johnson (2004) usan el método de revisión de reportes anuales con el fin de proponer un marco de cuatro estados para medir el reporte de responsabilidad social corporativa. Los autores realizan el estudio de seis instituciones financieras irlandesas para demostrar el alcance del reporte social en los reportes anuales de la compañía y las páginas web, concluyendo que existen discrepancias considerables en el reporte social corporativo, tanto en términos de si las instituciones financieras divulgan información o si lo hacen en los medios pertinentes para divulgar dicha información.

Por otra parte, Kahn, Halabi y Samy (2009) realizan una revisión de los reportes anuales de veinte bancos de Bangladesh y encuestas a los usuarios para identificar el nivel de comprensión y percepción del reporte de los bancos hacia los clientes. Los resultados evidenciaron que los grupos de usuarios están a favor del reporte de RSC y les gustaría ver más divulgación de aspectos de RSC, y que

las formas actuales de divulgación de RSC de los bancos no son amplias para medir la responsabilidad social de las organizaciones.

De la misma manera, Wise y Mahboob (2009) realizaron un estudio en el cual determinan la naturaleza y el alcance del reporte de responsabilidad social empresarial en el sector, en el cual concluyen que la divulgación de RSC hace énfasis en las iniciativas tomadas para apoyar dos sectores críticos de la economía de Bangladesh: la agricultura y la pequeña y mediana empresa.

Hinson, Boateng y Madichie (2010) realizan un estudio en el cual hacen énfasis en cómo los bancos en Ghana comunican sus programas e intenciones de RSC a través de sus páginas web. Los autores se basan en la investigación y análisis tanto de la información disponible en las páginas web de los establecimientos bancarios como de los reportes anuales, evidenciando que uno de los bancos de Ghana, que había ganado más reconocimientos con respecto a la RSC, tiene el más escaso contenido de comunicación de RSC en la página web corporativa. Adicionalmente, los hallazgos evidencian que aquellos países que nunca han ganado ningún reconocimiento, tienen mejor organización con respecto a las actividades de RSC en Internet.

Por su parte, Tsang (1998) realizó un estudio cuyo propósito era direccionar los desbalances del desarrollo de prácticas de RSC a través de una revisión de la divulgación de la RSC en Singapur, a través de la revisión juiciosa de los reportes anuales durante el periodo 1986-1995. La investigación demuestra que los estudios longitudinales de RSC son fructíferos y merecen mayor atención de los investigadores. Las compañías muestran información principalmente de recursos humanos y del involucramiento comunitario, y las cantidades de información, una frente a la otra, no difirieron significativamente.

Un análisis similar en Australia fue realizado por Maingot y Zeghal (2008), quienes elaboraron un documento donde analizan la información encontrada en los sitios web de los bancos australianos, con el fin de identificar las prácticas de gobierno corporativo. El análisis indica que entre más grande es el banco, mayor divulgación hay. En términos generales, los resultados sugieren que las

"Una gran proporción de las iniciativas de RSC busca recaer sobre la satisfacción de los clientes y sobre las juntas directivas. Se encuentra que el cliente es uno de los actores más importantes en la red de una organización por su papel en cuota de mercado y en crecimiento de la empresa".

escogencias para divulgar y su magnitud están influidas por las consideraciones estratégicas de administración. Los autores también identificaron que, para encontrar información completa sobre la administración de los bancos, los inversionistas deben referirse a los reportes anuales y a las circulares, y no solamente al sitio web en la parte de gobierno.

Uso de metodologías cuantitativas o modelos para el análisis de la RSC

Uno de los principales autores que ha profundizado en los temas de modelación de la RSC es Carroll, quien presenta un modelo conceptual de tres dimensiones de la responsabilidad social, en el cual plantea responsabilidades económicas, legales, éticas y discrecionales. El modelo es una ayuda para percibir la distinción entre las definiciones de responsabilidad social presentes en la literatura. El autor tiene en cuenta una escala de recepción social, la cual es un aspecto que debe ser considerado si se quiere un desempeño social corporativo aceptable (Carroll, 1979).

Jamali y Mirshak (2007) realizan la integración de dos modelos para el análisis de RSC en el contexto de países en desarrollo: un modelo conceptual tridimensional de desempeño corporativo (Carroll, 1979) y el modelo de Wood (1991) de Corporate Social Performance (CSP), analizando firmas de diversas industrias del Líbano. Los hallazgos sugieren que, a pesar de la atención y las buenas intenciones, el enfoque RSC de las compañías en la muestra permanece aficionado y esquemático; esto aplica a organizaciones locales, así como a organizaciones internacionales que operan en el Líbano. La CSP es todavía en gran parte concebida en el contexto de la iniciativa filantrópica voluntaria como resultado de la iniciativa empresarial ejercida por los propietarios de la empresa, con los procesos de respuesta correspondientes y los resultados modestos. La metamorfosis efectiva de la CSP en los países en desarrollo más allá de los límites de las relaciones públicas, es realmente difícil de imaginar en la ausencia de las sinergias resultantes del cruce de la colaboración del sector.

La revisión de los reportes anuales ha sido igualmente utilizada para desarrollar modelos de regresión de Ordinary Least Square (OLS) como el realizado por Farook y Lanis (2007), el cual vincula la divulgación de la responsabilidad social empresarial con los factores sociopolíticos y de gobierno corporativo en los bancos islámicos. Los resultados mostraron que la mayoría de los bancos islámicos divulgan RSC mucho menos de lo esperado, con aparentes diferencias en los niveles de divulgación. Adicionalmente, la represión política y civil influye en el nivel de divulgación de RSC por parte de los bancos islámicos.

Maali, Casson y Napier (2003) también estudian los bancos islámicos mediante esta metodología, comparando los reportes de 29 bancos. Los hallazgos sugieren que el reporte social de los bancos islámicos no alcanza las expectativas basadas en los principios islámicos. Los bancos tienden a no divulgar aspectos relacionados que son potencialmente importantes para los usuarios de los estados financieros.

139

Otra de las metodologías comúnmente usadas es el estudio de caso, la cual es empleada por Maccarrone (2009), quien realizó la construcción de un modelo exploratorio de correlaciones entre variables exógenas y las variables descriptivas del alcance de la RSC. Los resultados del análisis empírico muestran que hay algunos aspectos específicos de la industria que influyen en las escogencias de los altos ejecutivos de las compañías analizadas. Adicionalmente, existen factores del contexto como el tamaño y grado de internacionalización de la compañía, así como factores relacionados con el sistema de valor predominante y el nivel de integración entre la estrategia de RSC y la estrategia de competitividad en general. Los resultados muestran que los factores específicos de la industria tienen gran importancia en el diseño de la estrategia de RSC de una empresa.

Neal y Cochran (2008) realizan un estudio de caso de Enron, un caso de bancarota, con el fin de evidenciar la importancia de la responsabilidad social y el gobierno corporativo en el rendimiento financiero. Los autores parten de una hipótesis: si una compañía no trata bien a sus accionistas, ¿qué pueden esperar otros *stakeholders*? Hay una evidencia empírica completa para decir que el gobierno corporativo importa. No solo para hacer que los mercados presten atención al gobierno corporativo, sino también para que ellos premien el buen gobierno y castiguen un mal gobierno corporativo, lo cual es integral a la responsabilidad social empresarial.

McWilliams y Siegel (2001) construyen un modelo de demanda y oferta de RSC para identificar si el tamaño, nivel de diversificación, investigación y desarrollo influyen en el nivel de RSC. Los resultados muestran que existe un nivel ideal de RSC, en el cual los administradores pueden determinar mediante el análisis de costo-beneficio y hay una relación neutral entre RSC y el desempeño financiero. Los autores desarrollaron varias hipótesis sobre la actividad de la RSC; por ejemplo, la disposición de la RSC dependerá de la investigación y el desarrollo, la intensidad de la publicidad, el grado de diferenciación del producto, el porcentaje de las ventas de gobierno, los ingresos de los consumidores, la rigidez del mercado laboral y la etapa del ciclo de vida de la industria. Además, las economías de escala y el alcance de la RSC aumentan la probabilidad de que las empresas grandes y diversificadas sean más activas en este campo.

Este modelo indica que, aunque las empresas que prestan la RSC tienen costos más altos que las empresas que no proporcionan RSC, cada una contará con el mismo tipo de beneficio. Se evidencian problemas con la medición de los costos y beneficios de las actividades de RSC, y por lo tanto, se dificulta la comprensión de las implicaciones estratégicas de la RSC. Un obstáculo importante para la investigación empírica es la continua confusión sobre la definición. Hay poca coherencia en los hallazgos; esto puede ser el resultado de la inconsistencia en la definición de la RSC, la inconsistencia en la definición de rendimiento de la empresa, la incoherencia en las muestras, la imprecisión y falta de coherencia en el diseño de la investigación, los errores de modelos, los cambios en el tiempo, o algunas diferencias más fundamentales en las muestras que están siendo analizadas. La mayoría de estos documentos se centran en la relación entre la RSC y el desempeño de la empresa.

El modelo de RSC formula la toma de decisiones en términos de los procesos éticos y de valor que se vinculan a través de los niveles individuales, organizacionales y sociales. El modelo organiza la interacción en términos de cuatro temas de investigación: macroprincipios de RSC, microprincipios de RSC, cultura corporativa e impactos sociales. El modelo puede ser usado para el desarrollo de temas de RSC y para evaluar si el campo económico y las perspectivas debidamente alineadas pueden ser integrados en una teoría normativa adecuada para la RSC.

Waddock y Graves (1997), mediante la construcción de un índice de responsabilidad social empresarial, analizan la relación entre la RSC y el desempeño financiero, contemplando las diversas categorías de prácticas de responsabilidad social. Los resultados muestran que las empresas que están en problemas financieros pueden tener poca capacidad para hacer inversiones discrecionales en las actividades tradicionales de RSC, como la filantropía, mientras que hacen bien financieramente con los recursos al invertir en formas que pueden tener impacto estratégico a más largo plazo, tales como inversiones en las escuelas locales o de la comunidad para mejorar las condiciones de una fuerza de trabajo. Adicionalmente, los resultados indican que la mínima atención a los ámbitos RSC no representa una desventaja competitiva y puede de hecho ser una ventaja. Por tanto, es perfectamente posible que existan vínculos directos entre la calidad global de la gestión y la RSC, con la clara implicación de que la RSC buena y la buena gestión pueden ser una y la misma cosa si la RSC se mide y define de manera adecuada.

Knight (2006) desarrolla el modelo Sigma de RSC, el cual contiene la guía de producto clave de un proyecto multi-*stakeholder* de cuatro años con objeto de proveer prácticas para mejorar la sostenibilidad y el manejo de la RSC. El modelo

Sigma contiene dos partes: los principios guía y el marco de administración. El beneficio de esta guía es que permite a las organizaciones alinear sus actividades con un marco robusto, y las hace lo suficientemente flexibles para acomodar las circunstancias específicas de la organización individual. Es importante establecer que no se trata de un conjunto de reglas prescritas, pero sí de una estructura y guía para la acción, y de una forma de evaluar la efectividad de la RSC.

Adicionalmente, la aplicación de instrumentos como las encuestas es usual en este tipo de análisis. Por ejemplo, Aupperle, Carroll y Hatfield (1985) emplean un instrumento tipo encuesta de elección forzada que contiene veinte ítems que evalúan la responsabilidad social empresarial a 818 ejecutivos listados en el *Directorio Anual de Forbes 1981*, basándose en los criterios de Carroll (1979), cuyos resultados muestran que no hay evidencia de una relación entre responsabilidad social y beneficios. Los niveles de variación de orientación social no están correlacionados con las diferencias en el desempeño. Adicionalmente, los resultados sugieren que las empresas que emplean previsión social no son diferentes a aquellas que no lo tienen en cuenta a largo plazo, con o sin ajuste al riesgo, y muestran que no hay diferencias estadísticas significativas con respecto a una utilidad ajustada o no ajustada.

De igual forma, Cetindamar y Husoy (s. f.) realizaron un estudio empírico que se basa en la iniciativa Global Compact (GC) de las Naciones Unidas, como un mecanismo de responsabilidad social corporativa. Los autores realizan, en primer lugar, un análisis de la literatura existente sobre RSC, particularmente estudios novedosos y organizaciones en red. Luego, un cuestionario de sesenta interrogantes, que incluía preguntas de selección múltiple y preguntas abiertas, fue enviado a 113 compañías que hacían parte de la iniciativa GC, de las cuales 33 estaban ubicadas en países en desarrollo. Los resultados indican que las compañías tienen más de una razón para adoptar un comportamiento ambientalmente responsable y que las razones éticas y económicas coexisten.

Wartick y Cochran (1985) elaboran un documento en el que describen la evolución del modelo de RSC, haciendo énfasis en tres retos del concepto de RSC, a saber: responsabilidad económica, responsabilidad pública y respuesta social. Los autores plantean que el contrato social y la agencia moral son premisas fundamentales de la responsabilidad social, las cuales conforman el componente ético de la responsabilidad social. La respuesta social proporciona el enfoque para realizar responsabilidad social; es el medio general que satisface las obligaciones sociales corporativas. El manejo de los aspectos sociales está siendo desarrollado como el método para operar la respuesta social.

Análisis de la RSC en los bancos usando métodos cualitativos

142 La gran variedad de métodos cualitativos permite establecer diversos análisis de gran riqueza conceptual. En este sentido, Crowther y Aras (2008) realizaron un análisis cualitativo que define y presenta los principios de la RSC con respecto a los efectos de la actividad organizacional. Una organización puede tener un efecto muy significativo sobre el ambiente externo y puede realmente cambiar ese ambiente a través de sus actividades. Adicionalmente, se puede observar que los diferentes efectos pueden en algunas circunstancias ser vistos como benéficos y en otras circunstancias como perjudiciales para el medio ambiente. Los autores plantean que en muchos estudios se defiende la postura de que lo único importante es la utilidad, sin considerar los efectos de realizar la actividad económica.

Un documento donde la unidad de análisis es la organización y donde se estudian las relaciones entre la RSC y sus empleados mediante una estimación de regresión lineal, es el realizado por Turban y Greening (1997). Sus resultados sugieren que los posibles candidatos son conscientes del desempeño social de las empresas y de que las que tienen más votos positivos pueden tener ventajas competitivas debido a que atraen más a los solicitantes potenciales que las empresas con calificaciones más bajas RSC. Algunas de las dimensiones de RSC, como el tratamiento a las mujeres y las minorías y las relaciones con los empleados, eran más propensas a ser interpretadas como señales sobre las condiciones de trabajo en la organización que otras dimensiones RSC, como la preocupación por el medio ambiente y la calidad del producto.

Truñó (2006) realiza un estudio exploratorio que utiliza una metodología cualitativa para entender cómo integran las tres empresas seleccionadas la responsabilidad social con la gestión. Los resultados evidencian que la estructura organizativa de la empresa y el proceso de toma de decisiones sobre RSC influyen en el grado de integración. Las empresas analizadas poseen una estructura organizativa distinta respecto a la referencia con la RSC en la empresa. Las características personales del fundador de la empresa, así como del cuerpo ejecutivo, son relevantes para integrar la RSC en la compañía. Adicionalmente, el autor identificó que mediante la discrecionalidad de los directivos se influye en las prácticas de RSC; una empresa es considerada socialmente responsable si existe una cultura de responsabilidad social y ambiental en la compañía. Finalmente, la RSC interfiere en cada uno de los departamentos de la compañía; por tanto, su implementación repercutirá en ellos.

De igual forma, Hogan (2009) elabora un documento exploratorio que identifica los diferentes enfoques de la RSC entre las empresas domésticas y las

subsidiarias de las corporaciones multinacionales en Costa Rica. El autor establece que el concepto y la práctica de la RSC aún siguen emergiendo en Costa Rica, así como el bienestar social y el beneficio corporativo no son mutuamente excluyentes en las empresas de ese país. Con respecto a los diferentes incentivos para la RSC, todos pueden ser combinados con ayudas altruistas para una mejor sociedad. Mediante el crecimiento de la interacción comunidad-empresa y los alcances de desarrollo individualizado, la presencia corporativa en una comunidad puede ser un indicador de bienestar. Las empresas costarricenses tienen la voluntad de adoptar las buenas prácticas de las organizaciones multilaterales, con el fin de desarrollar sus propias industrias y mejorar su habilidad para participar en el mercado global.

143

Para América Latina, Pesce (2005) (como se cita en Pérez y Bedoya, 2005) realiza un análisis de contexto e identificación de estrategias relacionadas con las RSC, y encuentra que el hecho de firmar tratados de libre comercio con economías desarrolladas implica no solo comercializar productos, sino acoger estándares de prácticas comúnmente adoptados por los países de destino. Las prácticas de responsabilidad social empresarial deben estar implícitas si una empresa o un país desean ser competitivos, estar al nivel de economías de mayor desarrollo y poder penetrar en ellas. También existen empresas que buscan extender sus prácticas de RSC a los proveedores. De igual forma, en las economías desarrolladas, las empresas exigen la implementación de prácticas de RSC para realizar negocios con otras compañías. Los indicadores más utilizados para identificar el desarrollo de los países son: ingreso per cápita, desarrollo humano, opacidad (ambiente favorable para hacer negocios), transparencia, analfabetismo, porcentaje de población en estado de pobreza y el indicador riesgo país.

El debate sobre el papel de la RSC en la sostenibilidad es estudiado por Jonker y De Witte (2006), quienes a partir de esta relación y su significado estratégico, concluyen que la sostenibilidad y responsabilidad hacen parte de la RSC, y pertenecen a un movimiento social global emergente. Lo que es un inconveniente en los debates de sostenibilidad y responsabilidad es el papel y función de las empresas en la sociedad contemporánea, incluyendo la forma de hacer negocios en términos de valores, estrategias, responsabilidad cambiante y contabilidad. El crecimiento económico debería ir acompañado del desarrollo social y capital natural, lo cual involucra el significado estratégico creciente de la RSC para las compañías.

Lima y López (2006) hacen la identificación de las prácticas de RSC en Brasil. Concluyen que la responsabilidad social en ese país es un discurso que está en construcción. Por tanto, se evidencia una responsabilidad para reflejar y aprender

más acerca de ella. Las empresas brasileras son más conscientes de las prácticas socialmente irresponsables y presionarían al gobierno, entidades corporativas e individuos con el fin de producir desarrollo sostenible.

144 El método de análisis comparativo es usado por Maignan y Ralston (2002) para estudiar la naturaleza de los principios de RSC, procesos y prácticas. Estudian los casos de tres países europeos: Francia, Holanda y Reino Unido. Los hallazgos de los autores muestran claramente que las compañías ubicadas en diferentes países difieren en la perspectiva acerca de qué tan importante es ser públicamente percibido como responsable socialmente y cuál de los aspectos de RSC es más importante. El estudio muestra que las compañías de diferentes países no manifiestan el mismo nivel de dedicación para ser percibidas como socialmente responsables, igual que la variedad de prácticas que cada empresa emplea según su perspectiva de RSC.

Comentarios finales

Los estudios sobre responsabilidad social corporativa en el sector financiero han sido abordados desde diferentes perspectivas, buscando en cada una de ellas demostrar las implicaciones que traen estas prácticas para la sociedad y para las empresas que conforman el sector de estudio.

Uno de los hallazgos importantes parte del concepto de responsabilidad social corporativa. En la revisión existe consenso en cuanto a la diversidad de definiciones que existen acerca de la RSC. Muchas de ellas se asocian con el compromiso que significan las prácticas de negocios tolerables, con desempeño ambiental; otras con beneficios para la sociedad, con conducta ética y con adaptabilidad. En general se encuentra que no existe pleno conocimiento sobre la RSC y sobre las prácticas socialmente responsables.

Algunos estudios de caso revisados evidencian que una gran proporción de las iniciativas de RSC busca recaer sobre la satisfacción de los clientes y sobre las juntas directivas. Se encuentra que el cliente es uno de los actores más importantes en la red de una organización por su papel en cuota de mercado y en crecimiento de la empresa. Por esto, las perspectivas encaminadas a una respuesta más efectiva a los intereses de los clientes se consideran positivas para la organización y para los resultados respecto a su rentabilidad.

Se encuentra un alto interés por parte de los investigadores en estudiar la divulgación de la RSC del sector bancario empleando métodos cuantitativos y cualitativos. Los bancos islámicos han despertado el interés de los investiga-

dores; por lo tanto, se han convertido en objeto de estudio, así como también el contexto asiático. Sin embargo, se evidencian fenómenos de poca atención por parte de la comunidad científica, como la percepción de los *stakeholders* respecto del desempeño social y ambiental de las entidades bancarias, el impacto de las prácticas de RSC en el desarrollo local y nacional de países en vías de desarrollo —especialmente en Latinoamérica—, y la responsabilidad del sector en la bancarización, entre otros.

145

Referencias

- Achua, J. (2008). Corporate Social Responsibility in Nigerian Banking System. *Society and Business Review*, 3 (1), 55-71.
- Angus-Leppan, T., Metcalf, L. y Benn, S. (2010). Leadership Styles and CSR Practice: An Examination of Sensemaking, Institutional Drivers and CSR Leadership. *Journal of Business Ethics*, 93, 189-213.
- Áñez, S., Hernández, R., Silvestri, K. y Gómez, O. (2008, noviembre). Análisis de los elementos que conforman la Responsabilidad Social Corporativa. *Formación Gerencial*, 7 (2), 173-185.
- Asvanyi, K. (2008). CSR Communication of a Large Bank. En *Proceedings of Fikusz. IX Symposium for Young Researchers*, 17-28. [Versión electrónica]. Recuperado el 12 de abril de 2012, de http://uni-obuda.hu/users/vecseya/REPEc/pkk/sfyr09/Asvanyi_Katalin.pdf
- Aupperle, K., Carroll, A. y Hatfield, J. (1985). An Empirical Examination of the Relationship between Corporate Social Responsibility and Profitability. *Academy of Management Journal*, 28 (2), 446-463.
- 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.
- Carroll, A. (1979). A Three-Dimensional Conceptual Model of Corporate Performance. *The Academy on Management Review*, 4 (4), 497-505.
- Carroll, A. (1993). *Business and Society* (2.^a ed.). Cincinnati, OH: South Western Publishing.
- Castelo, M. y Lima, L. (2008). Social Responsibility Disclosure: A Study of Proxies for the Public Visibility of Portuguese Banks. *The British Accounting Review*, 40, 161-181.

- Cetindamar, D. y Husoy, K. (2007). Corporate Social Responsibility Practices and Environmentally Responsible Behavior: The Case of the United Nations Global Compact. *Journal of Business Ethics*, 76 (2), 163-176.
- Chambers, C. y Day, R. (2009). The Banking Sector and CSR: An Unholy Alliance? *Financial Regulation International*, 12 (9), 13-20.
- Chich, H. L., Chich, H. H. y Chen, T. (2009). On the Determinants of Corporate Social Responsibility: International Evidence of the Financial Industry. *Journal of Business Ethics*, 93, 115-135.
- Chomvilailuk, R. y 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.
- Confederación Española de Cajas de Ahorro (s. f.). *Libro Verde de la responsabilidad social corporativa en el sector financiero: una aproximación a la sostenibilidad de las entidades financieras*. Recuperado el 11 de octubre de 2011, de <http://www.um.es/tscpymes/ficheros/libroverdesectorfinan2008.pdf>
- Cosmin, J. (s. f.). *Corporate Social Responsibility in the Romanian Banking Sector*. Recuperado el 9 de octubre de 2011, de <http://steconomice.uoradea.ro/anale/volume/2008/v2-economy-and-business-administration/121.pdf>
- Coupland, C. (2006). Corporate Social and Environmental Responsibility in Web-Pasaredports: Currency in the Banking Sector? *Critical Perspectives on Accounting*, 17, 865-881.
- Crowther, D. y Aras, G. (2008). *Corporate Social Responsibility*. Recuperado el 22 de septiembre de 2011, de <http://spolecznieodpowiedzialni.pl/files/file/9nasfyuwgl5x8f21cb6tgon65dmzm.pdf>
- Decker, S., y Sale, C. (2009). An Analysis of Corporate Social Responsibility, Trust and Reputation in the Banking Profession, Part 1. En S. O. Idowu y W. L. Filho (Eds.), *Professionals Perspectives of Corporate Social Responsibility* (pp. 135-156). Berlín, Heidelberg: Springer-Verlag.
- Douglas, A., Doris, J. y Johnson, B. (2004). Corporate Social Reporting in Irish Financial Institutions. Case Study. *The TQM Magazine*, 16 (6), 387-395.
- Farook, S. y Lanis, R. (2007). Banking on Islam? Determinants of Corporate Social Responsibility Disclosure. Recuperado el 22 de agosto de 2011, de http://islamiccenter.kau.edu.sa/7iecon/Ahdath/Con06/_pdf/Vol11/22%20Sayd%20Zubair%20Farook%20Banking%20on%20Islam.pdf

- Gilder, D., Schuyt, T. y Breedijk, M. (2005). Effects of an Employee Volunteering Program on the Work Force: The ABN-AMRO Case. *Journal of Business Ethics*, 61, 143-152.
- Hassan, A. (2009). Corporate Social Responsibility of Islamic Financial Institutions and Businesses. *Humanomics*, 25 (3), 177-188.
- Hassan, A. y 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.
- Hinson, R., Boateng, R. y Madichie, N. (2010). Corporate Social Responsibility Activity Reportage on Bank Websites in Ghana. *International Journal of Bank Marketing*, 28 (7), 498-518.
- Hogan, E. (2009). Costa Rica. En S. Idowu y W. Leal (Eds.), *Global Practices of Corporate Social Responsibility* (pp. 285-297). Berlín, Heidelberg: Springer-Verlag.
- Humphreys, M. y Brown, A. (2008). An Analysis of Corporate Social Responsibility at Credit Line: A Narrative Approach. *Journal of Business Ethics*, 80, 403-418.
- Jamali, D. y Mirshak, R. (2007). Corporate Social Responsibility: Theory and Practice in a Developing Country Context. *Journal of Business Ethics*, 72, 243-262.
- Jonker, J. y De Witte, M. (2006). *Management Models for Corporate Social Responsibility*. Berlín, Heidelberg: Springer.
- Kahn, M., Halabi, A. K. y Samy, M. (2009). Corporate Social Responsibility (CSR) Reporting: A Study of Selected Banking Companies in Bangladesh. *Social Responsibility Journal*, 5 (3), 344-357.
- Knight, D. (2006). The Sigma Management Model. En J. Jonker y M. de Witte (Eds.), *Management Models for Corporate Social Responsibility* (pp. 11-18). Berlín: Springer.
- Larrache, E. (2009). Responsabilidad Social Empresarial en el sistema financiero argentino. *Reporte Económico (septiembre de 2009)*. Recuperado el 28 de septiembre de 2011, de <http://www.google.com/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=1&ved=0CC8QFjAA&url=http%3A%2F%2Fwww.reporteeconomico.com%2Fadmin%2Fgetfile.asp%3Fdescarga%3Dsi%26file%3Dinvestigaciones6638488.pdf&ei=YCibUMWGMYSu9AS1yYDQDw&usg=AFQjCNFsmEnpZw8HMZDx6CKbJC8UX5qMnW>

- Maali, B., Casson, P. y Napier, C. (2003). Social Reporting by Islamic Banks. *Discussion Papers in Accounting and Finance*, 3 (13), 1-46.
- Maccarrone, P. (2009). Factors Influencing the Attitude towards Corporate Social Responsibility: Some Empirical Evidence from Italy. *Corporate Governance*, 9 (2), 103-119.
- Maignan, I. y Ralston, D. (2002). Corporate Social Responsibility in Europe and the U.S.: Insights from Businesses' Self-Presentations. *Journal of International Business Studies*, 33, 497-514.
- Maingot, M. y Zeghal, D. (2008). An Analysis of Corporate Governance Information Disclosure by Canadian Banks. *Corporate Ownership & Control*, 5 (2), 225-236.
- McDonald, L. y Rundle-Thiele, S. (2008). Corporate Social Responsibility and Banks Customer Satisfaction: A Research Agenda. *International Journal of Bank Marketing*, 26 (3), 170-182.
- McWilliams, A. y Siegel, D. (2001). Corporate Social Responsibility: A Theory of the Firm Perspective. *Academy of Management Review*, 26 (1), 117-127.
- Neal, R. y Cochran, P. (2008). Corporate Social Responsibility, Corporate Governance and Financial Performance: Lessons from Finance. *Business Horizons*, 51, 535-540.
- Pérez, G. y Bedoya, B. (2005). Las estrategias de responsabilidad social en la expansión global, nuevo paradigma de la gestión empresarial. *Gestión y Ambiente*, 8 (2), 173-180.
- Polonsky, M. y Scott, D. (2005). An Empirical Examination of the Stakeholder Strategy Mix. *European Journal of Marketing*, 39 (9), 1199-1215.
- Programa Laboral de Desarrollo (Plades) (2008). Estudios sobre Responsabilidad Social en el sector financiero de Perú y Brasil: análisis comparativo. En *Serie de Estudios. Grupo Financiero*, 3. Recuperado el 13 de septiembre de 2011, de http://www.observatoriosc.org/cice/intranet/documentos/EstudioBancos-PeruyBrasil_Plades08.pdf
- Ruiz, M., Ríos, A. y 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.
- Sarro, M., Cuesta, P. y Penelas, A. (s. f.). La Responsabilidad Social Corporativa (RSC), una orientación emergente en la gestión de las entidades bancarias

españolas. *Conocimiento, Innovación y Emprendedores: Camino al Futuro*, 1 (1), 1928-1942.

Scholtens, B. (2009). Corporate Social Responsibility in the International Banking Industry. *Journal of Business Ethics*, 86, 159-175.

Schultz, I. (2007). Corporate Social Responsibility and Gender Equality in the Banking Sector: A Case Study. En *Rhetoric and Realities: Analysing Corporate Social Responsibility in Europe (RARE)*. [Versión electrónica]. Recuperado el 12 de noviembre de 2011, de <http://www.isoe.de/fileadmin/redaktion/Downloads/Gender/rare-16-banking-2007.pdf>

Senthikumar, N., Ananth, A. y Arulraj, A. (2011). Impact of Corporate Social Responsibility on Customer Satisfaction in Banking Service. *African Journal of Business Management*, 5 (7), 3028-3039.

Truñó, J. (2006). *La Responsabilidad Social Corporativa en la gestión empresarial*. Recuperado el 14 de septiembre de 2011, de <http://webs2002.uab.es/dep-economia-empresa/Jornadas/Papers/2006/Truno.pdf>

Tsang, E. (1998). A Longitudinal Study of Corporate Social Reporting in Singapore. The Case of the Banking, Food and Beverages and Hotel Industries. *Accounting, Auditing and Accountability Journal*, 11 (5), 624-635.

Turban, D. y Greening, D. (1997). Corporate Social Performance and Organizational Attractiveness to Prospective Employees. *Academy of Management Journal*, 40, 658-672.

Vargo, S. y Lush, R. (2004). Service Dominant Logic: Continuing the Evolution. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 36, 42-53.

Velázquez, L., Munguía, N., Zabala, A., Esquer, J. y Marín, A. (2009) Industrial Engineering's Perspective of CSR. En S. O. Idowu y W. L. Filho (Eds.), *Professionals Perspectives of Corporate Social Responsibility*. Berlín, Heidelberg: Springer-Verlag.

Vigano, F. y Nicolai, D. (2006). CSR in the European Banking Sector: Evidence from a Sector Survey. En *Rhetoric and Realities: Analysing Corporate Social Responsibility in Europe (RARE)*. [Versión electrónica]. Recuperado el 6 de agosto de 2011, de http://www.rare-eu.net/fileadmin/user_upload/internal/project_documents/Sector_Survey/RARE_CSR_Survey_-_Banking_Sector.pdf

Waddock, S. y Graves, S. (1997). The Corporate Social Performance Financial Performance Link. *Strategic Management Journal*, 18 (4), 303-319.

- Dusuki, A. y Dar, H. (2003). Stakeholders' Perceptions of Corporate Social Responsibility in Islamic Banks: Evidence from Malaysian Economy. Recuperado el 6 de septiembre de 2011, de <http://www.dinarstandard.com/maqasid/23%20Asyraf%20Wajidi%20Dusuki%20%26%20Humayon%20Dar%20Stakeholders.pdf>
- Wartick, S. y Cochran, P. (1985). The Evolution of the Corporate Social Performance Model. *The Academy of Management Review*, 10 (4), 785-769.
- Wilson, T. (2008). CSR and Banks: The Role that Banks Could and Should Play in Addressing Financial Exclusion. En *Social Inclusion and Corporate Responsibility Workshop Proceedings*. Recuperado el 25 de julio de 2011, de http://www.bsl.org.au/pdfs/Wilson_paper_21Nov08.pdf
- Wise, V. y Mahboob, M. (2009). Corporate Governance and Corporate Social Responsibility in Bangladesh with Special Reference to Commercial Banks. *AIUB Bus Econ Working Paper Series*, 5. Recuperado el 2 de septiembre de 2011, de http://www.csr-weltweit.de/uploads/tx_jpdownloads/Victoria_Wise-Muhammad_Mahboob_Ali-Corporate_Governance_and_Corporate_Social_Responsibility_01.pdf
- Wood, D. (1991). Corporate Social Performance Revisited. *Academy of Management Review*, 16 (4), 691-718.
- Yeung, S. (2011). The Role of Banks in Corporate Social Responsibility. *Journal of Applied Economics and Business Research*, 1 (2), 103-115.
- Zenisek, T. (1979). Corporate Social Responsibility: A Conceptualization Based on Organizational Literature. *Academy of Management Review*, 4, 359-368.