

RESPONSABILIDAD SOCIAL CORPORATIVA Y REPUTACIÓN CORPORATIVA EN EL SECTOR FINANCIERO DE PAÍSES EN DESARROLLO

Autor: **Edmundo R.Lizarzaburu Bolaños**, ESAN University. **Jesus Del Brio**. Universidad de Oviedo

Fuente: Revista Universidad de Georgetown, Publicación compartida por el coautor Edmundo R. Lizarzaburu

Resumen

El artículo propone un modelo teórico que relaciona la responsabilidad social corporativa y reputación corporativa para, a partir de él, plantear hipótesis de la influencia en la confianza del inversor mediante el estudio de casos de empresas financieras ubicadas en Perú. Se utiliza el método del estudio de casos para analizar cuatro bancos peruanos que representan el 25% de todos los participantes del sistema bancario en Perú y el 80% en la participación de tres indicadores financieros: % créditos, % depósitos y % patrimonio. Las empresas bancarias peruanas han mejorado su reputación debido a sus acciones responsabilidad social. Esta mejora de reputación ha estado correlacionada con un fortalecimiento del valor de la empresa. Asimismo, del análisis de cada uno de los casos, enmarcados en los planes de RSC, se desprendieron siete proposiciones clasificadas en tres relaciones (RSC y confianza del inversionista, RSC y reputación corporativa, y reputación corporativa y confianza del inversionista). En futuros estudios pretendemos extender este análisis con grandes muestras de empresas peruanas que hayan desarrollado prácticas de RSC. La novedad de este trabajo es doble. La literatura ha analizado los conceptos de RSC y RC de manera aislada. Tras una revisión exhaustiva se propone un modelo que relaciona ambos conceptos. En segundo lugar, se utiliza el modelo para plantear hipótesis de la relación RSC y RC en empresas del sector financiero en países en desarrollo. La investigación en este tema se ha realizado mayoritariamente en empresas de producción y en países desarrollados.

Descargar el documento adjunto para leer el artículo completo