



UNIVERSIDAD ESAN

FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS

ADMINISTRACIÓN Y FINANZAS

**Influencia de la responsabilidad social corporativa en el desempeño organizacional
considerando como variable moderadora a la reputación corporativa**

Trabajo de Suficiencia Profesional presentado en satisfacción parcial de los requerimientos
para obtener el título profesional de Licenciado en Administración y Finanzas

AUTORES

Arias Mamani, Bryan

Gutierrez Sulca, Oscar Abraham

Salcedo Jeri, Raúl Ángel

Serra Mendives, Deyanira Cesibel

Velarde Rivera, Gianella Alexandra

ASESOR

Santana Ormeño Jorge Martin Ramon

ORCID N° 0000-0002-4909-4891

Octubre, 2022

RESUMEN

La práctica de la responsabilidad social corporativa por parte de las empresas se ha incrementado alrededor del mundo y en el Perú. Hoy en día se considera como una estrategia que puede contribuir al desempeño financiero de la empresa; Sin embargo, las conclusiones obtenidas por la literatura de dicha relación han variado. Basándonos en la pirámide de Carroll de las 4 dimensiones de la RSC: social, ética, legal y económica, la presente investigación busca determinar cómo la responsabilidad social corporativa impacta en el desempeño organizacional del sector financiero de Lima Metropolitana tomando como elemento moderador a la reputación corporativa. Para la recolección de datos se proponen cuestionarios estructurados como instrumento de medición. Para el procesamiento de la información se sugiere analizar los datos mediante el método de análisis de varianza (ANOVA) y regresión lineal. Uno de los principales aportes de esta investigación es plantear una base teórica analítica sobre cómo la reputación corporativa modera la relación entre la responsabilidad social corporativa y el desempeño organizacional.

Palabras clave: Responsabilidad Social Corporativa, desempeño organizacional, reputación corporativa, sector financiero.

ABSTRACT

The corporate social responsibility practices have increased around the world, thus Peru. Nowadays it is considered as a strategy that can contribute to the financial performance of companies; However, the conclusions obtained by the literature on this relationship are diverse. Based on Carroll's pyramid four dimensions of CSR: Social, ethical, legal and economic, this research seeks to determine how corporate social responsibility influences the organizational performance in the financial sector of Metropolitan Lima, taking reputation as a moderating variable. For data collection, structured surveys are proposed as an analytical instrument. Regarding data, it is suggested to analyze it using the analysis of variance method (ANOVA) and linear regression. One of the main contributions of this research is to propose an analytical theoretical basis on how corporate reputation moderates the effect of corporate social responsibility and organizational performance based on its dimensions.

Keywords: Corporate Social Responsibility, organizational performance, corporate reputation, financial sector.

ÍNDICE DE CONTENIDOS

RESUMEN	
ABSTRACT	
ÍNDICE DE GRÁFICOS	2
ÍNDICE DE TABLAS	3
CAPÍTULO I. INTRODUCCIÓN	4
CAPÍTULO II. FORMULACIÓN DEL PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN	6
CAPÍTULO III. REVISIÓN DE LITERATURA	11
3.1. Relación entre responsabilidad social corporativa y desempeño financiero	11
3.1.1. Relación entre RSC en su dimensión filantrópica social y desempeño financiero.	15
3.1.2. Relación entre RSC en su dimensión ética y desempeño financiero	16
3.1.3. Relación entre RSC en su dimensión legal y desempeño financiero	17
3.1.4. Relación entre RSC en su dimensión económica y desempeño financiero	18
3.2. Relación entre responsabilidad social corporativa y desempeño financiero considerando la reputación corporativa como una variable moderadora.	19
CAPÍTULO IV. ENFOQUE METODOLÓGICO DE LA INVESTIGACIÓN	23
4.1. Diseño de la investigación	23
4.2. Muestra	23
4.3. Método de recolección de datos	24
CAPÍTULO V. CONTRIBUCIÓN ESPERADA	29
5.1. Aporte teórico	29
5.2. Aporte práctico	30
CAPÍTULO VI. CONCLUSIONES	32
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS	33
ANEXOS	41
Anexo 1. Relación de empresas del sistema financiero	41

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico N° 1. La pirámide de la responsabilidad social corporativa	11
Gráfico N°2 Modelo propuesto	22

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. Encuesta adaptada de Mababu, R. (2010) sobre responsabilidad social corporativa y sus dimensiones.	25
Tabla 2. Encuesta adaptada de González, M.; Donate , M.. y Guadamillas,, F. (2014) sobre Reputación Corporativa.	26
Tabla 3. Encuesta adaptada de González, M.; Donate , M. y Guadamillas, F. (2014) sobre Desempeño Financiero.	27

CAPÍTULO I. INTRODUCCIÓN

En estos últimos años, la responsabilidad social corporativa (más adelante mencionada como RSC) ha ganado mayor relevancia en las empresas.

Según Lăcrămioara y Alan (2018), la RSC es definida como un instrumento muy efectivo para mejorar la productividad de las empresas de cualquier sector. Actualmente, el sector con mayor implementación y con mayor relevancia de las prácticas de RSC en el Perú y en Latinoamérica es la minería por el impacto económico que tiene con el estado respecto a los impuestos que paga y las regalías, también en el ámbito social y ambiental (Terrazas, 2021).

Aún así la implementación de la RSC en los otros sectores ha alcanzado mayor importancia en la actualidad, tal es el caso del sector financiero. Según Lizarzaburu y del Brío (2020), hoy en día los conceptos como la imagen, reputación y confianza empresarial están relacionados con la RSC, por lo cual es fundamental en este sector, ya que el inversionista o ahorrista consideran como indicador clave la reputación corporativa que posee una entidad financiera al momento de confiar sus inversiones o su ahorro.

Por otro lado, según la Contraloría General de la República (2021), la falta de la RSC en las empresas podría ser una desventaja en nuestro país,, dado que se identificaron a 438 empresas que tienen responsabilidad penal por posibles actos de corrupción entre el 2018 y 2021, siendo el Perú uno de los países con mayor índice de corrupción en Latinoamérica, por lo cual es muy importante el rol de la RSC con el estado y sus *stakeholders*. Un claro ejemplo es el caso Odebrecht, una de las constructoras más famosas en Latinoamérica que formó parte de la operación Lava Jato, la más importante investigación de corrupción en América Latina que destapó el caso de las obras que la constructora ganaba a través de la corrupción y el grupo de personas a quienes se les pagaban sobornos, en su mayoría funcionarios públicos, candidatos políticos y partidos políticos asociados con el fin de irrespetar los procesos legales de contratación pública. Este fue uno de los fraudes más icónicos del Perú, que sin duda expuso la falta de ética de las empresas involucradas. Debido a esto las empresas optaron por mejorar la calidad de la información que brindan al mercado. Asimismo, introducir y difundir información relacionada con el comportamiento ético de las empresas, ya que esto puede afectar la reputación de las empresas.

Cabe señalar que aquellas empresas con responsabilidad penal, aún siendo absueltas en sus procesos, no podrán remediar la mala reputación corporativa que han obtenido y esto repercutirá en su desempeño financiero en el futuro. Por consiguiente, la relación de la RSC con el desempeño financiero, y rol de la reputación corporativa es relevante hoy en día para toda organización.

CAPÍTULO II. FORMULACIÓN DEL PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN

La responsabilidad social corporativa ha sido estudiada por diversos investigadores muchos años atrás. Actualmente ha obtenido relevancia en cuanto al impacto que representa en las empresas, lo cual ha llevado a que se intensifiquen las investigaciones de la influencia de la RSC con el desempeño de una organización. A pesar de que existen muchos estudios, aún no se ha llegado a un consenso con respecto al efecto que RSC tiene en el desempeño financiero (Margolis y Walch, 2003; Waddock y Graves, 1997; Choi y Chang, 2009; Freeman 1984; Tencati y Zsolnai, 2009).

Según Barroso (2017) determina que no es garantía la implementación de prácticas de responsabilidad social corporativa para que una organización genere utilidades altas, pero no implementarla en el largo plazo resultaría en una salida del mercado en el que se encuentre dicha organización. Por otro lado, Gallardo y Galarza (2019) determinan a través de su investigación que se comprobó la correlación de algunas dimensiones de la responsabilidad social corporativa con las dimensiones de desempeño financiero.

Friedman (1962) menciona que los gerentes de las empresas deben tomar decisiones estratégicas que maximicen las utilidades de una organización y que la responsabilidad social debe tener relación directa con los objetivos financieros de las mismas; Es decir, que en años anteriores solo se tomaba en cuenta la RSC siempre y cuando estuviera direccionada a los objetivos económicos de una empresa.

Sin embargo Whetten, Rands y Godfrey (2001) consideraron un papel, principalmente social, que las empresas deben asumir en cuanto al beneficio de la sociedad. Esto va más allá de maximizar las utilidades; Es decir, una empresa puede priorizar sus ingresos con respecto al deber con la sociedad y esta puede ser mal vista por los ciudadanos y repercutir en su reputación, ocasionando así la reducción del valor de la empresa.

Según estos autores, hoy en día no basta que los gerentes busquen maximizar utilidades, sino que vaya de la mano de la implementación de la RSC en sus empresas ya que al no practicarla podría conllevar a una mala reputación corporativa con respecto a otras que sí la realizan y esto puede influir negativamente en su desempeño financiero.

Por otro lado, Jo y Na (2012), a través de su investigación, determinaron que empresas controversiales, ya sea por corrupción, contaminación u otros aspectos que han llegado a tener una mala reputación en el ámbito empresarial y en la sociedad, pueden mejorar su reputación corporativa por medio de la implementación de las prácticas de la RSC. Cabe resaltar de esta investigación, el rol importante que tiene la RSC dado que influye

directamente en la imagen y reputación de una empresa lo cual favorece en las ventas que estas puedan obtener en un futuro.

Asimismo, Govindan (2021) concluyó que la implementación de las prácticas de la RSC ayudan a reducir el riesgo, aumentar el valor de la marca de una organización y mejorar el desempeño económico. Por el contrario, unas malas prácticas conllevan a obtener pérdidas y reducir drásticamente las utilidades esperadas. El autor nos da a conocer que la RSC influye en el desempeño económico de una empresa, siempre y cuando se realice la implementación de las prácticas de la forma más adecuada y teniendo en cuenta a la sociedad en la que se encuentra la empresa.

Según Zia, Asad y Asim (2018), “Aunque la mayoría de los estudios empíricos han pronosticado un impacto positivo entre la RSC en el desempeño de la empresa, la evidencia aún es empírica y mixta”. Muchos autores actúan como defensores de la influencia positiva de la RSC sobre el desempeño de la empresa argumentando que la RSC le permite a la empresa el objetivo de maximizar las ganancias y lograr ser socialmente responsables.

Si bien es cierto, hay indicios que la implementación de las prácticas de RSC favorecen al desempeño de una organización así como la reputación que puedan obtener después de dicha implementación. No podemos afirmar que es una regla general, ya que puede existir la posibilidad que dichas implementaciones puedan causar un impacto negativo en el desempeño financiero. No todas las empresas poseen la misma capacidad para hacer frente a la implementación de la RSC y eventualmente que tengan la liquidez suficiente para realizarlas. Según Barnett (2007), las iniciativas vinculadas a RSC son un exceso de costo y amenaza la ventaja competitiva de las organizaciones. Los autores determinan en su investigación que aquellas empresas líderes en sus sectores tendrán más facilidades implementar prácticas de RSC por ser más rentables que las otras. No obstante, aquellas que cuentan con ingresos bajos y no constantes tendrán un riesgo que afectará a su desempeño financiero a largo plazo.

Adicionalmente, Molina (2017) encontró que ciertos indicadores financieros no llevan una relación significativa con las prácticas de RSC. Los autores consideran a través de su modelo de investigación y según su muestra que las prácticas de RSC no tienen una relación significativa positiva con el desempeño financiero de una organización. Cabe señalar que en dicha investigación consideran también a la reputación corporativa como una variable mediadora entre la RSC y el desempeño financiero de una organización.

Además, Sadeghi y Hamavandi (2016), señalan a través de su estudio que la responsabilidad social corporativa, en cuanto a su dimensión colaboradores y clientes,

impacta negativamente frente a los indicadores financieros más relevantes y fundamentales de toda organización como el (ROA). Por otro lado, ninguna de las dimensiones de la RSC planteada en dicha investigación tiene impacto en el (ROE). Tomando en cuenta que el ROA en una empresa mide la capacidad que esta tiene en generar las utilidades usando sus activos. Por tanto, la RSC al ser un costo que afecta directamente en el activo después de realizarla, no genera ingresos que puedan aumentar dicho ratio. Respecto al ROE, la implementación de la RSC no afecta al patrimonio que pueda tener una organización.

Con respecto a la reputación corporativa, esta ha tomado mayor importancia en los últimos años tanto o más que la RSC. Estas dos variables siempre han estado relacionadas con el desempeño de una organización. Además, muchas investigaciones le han dado un papel secundario como una variable mediadora entre la relación de la RSC y el desempeño organizacional. Otras la consideran como un indicador más para medir el desempeño de una organización y pocas investigaciones la consideran como variable moderadora. Cabe señalar que aún no existe consenso sobre qué rol juega la reputación corporativa entre la RSC y el desempeño de una organización.

Según Zia, Asad y Asim (2018), determinaron a la reputación corporativa como una variable mediadora entre la RSC y el desempeño financiero. Los autores consideran en su investigación que la reputación corporativa explica el efecto que existe entre la RSC y el desempeño financiero de una organización. En adición Orlitzky, Schmidt y Rynes (2003) determinan, de igual modo, que la reputación corporativa es una variable mediadora entre la RSC y el desempeño financiero de una organización. Cabe señalar que dicha investigación también resalta que a mayor intensificación de las prácticas RSC mayor será la reputación corporativa de una organización.

Otros estudios como el de Gissera y Vaquero (2000), la consideran como variable independiente, es decir los autores según su investigación, determinan la reputación corporativa como una variable independiente igual a la par que la RSC, es decir la reputación corporativa influye como la RSC en el desempeño de un organización, la dos variables por separada y sin condicionarse una de la otra afectan por separado en el desempeño organizacional. Esto se debe a que muchas de las empresas no consideran implementar prácticas de RSC y que solo teniendo una buena reputación corporativa influyen en el desempeño de una organización.

Por otro lado, existen diferentes listados sobre reputación corporativa de las empresas. Las más reconocidas son las siguientes: World's Most Admired companies, el Global RepTrak TM Pulse del Reputation Institute, el BrandzTM top 100 Millward Brown y el

World's most Respected Companies de Barron, estos son de empresas que se encuentran fuera de España y Latinoamérica, donde relacionan a la reputación corporativa como un indicador de desempeño organizacional; Es decir a mayor reputación, mayor desempeño financiero de una empresa con respecto a otras. Además, en Latinoamérica y en España existe el MERCO (Monitor Empresarial de Reputación Corporativa) la cual relaciona a la reputación corporativa como indicador de desempeño económico con sus respectivas competidoras.

Si bien es cierto, en la gran mayoría de estudios, la reputación corporativa ha sido considerada como una variable mediadora; pocas veces ha sido estudiada como una variable moderadora, la cual se ve reflejada en el estudio de Kuldeep y Madhvendra (2020) donde buscaron determinar el papel moderador de la reputación corporativa en la relación entre la RSC y el desempeño organizacional.

En esta investigación, los autores tomaron como punto de partida que dicha relación se fortalecería para empresas ya establecidas en el mercado y con una reputación considerable; Es decir, es más favorable que exista dicha moderación en empresas ya constituidas en el mercado, más no para aquellas empresas que tienen pocos años en las actividades del sector que se encuentran. Según el estudio se comprobó estadísticamente y se determinó que existe un cierto nivel de significancia, el cual no es suficientemente significativo para comprobar el rol moderador de la reputación corporativa.

En el transcurso de los años no se han realizado mayores investigaciones de la reputación corporativa como una variable moderadora. Por ello, se pretende llenar un vacío en la literatura considerando que la reputación corporativa podría moderar positiva o negativamente la relación que existe entre la RSC y el desempeño organizacional. Para esto se toma en cuenta empresas con una buena reputación en el mercado las cuales reforzarían la relación entre la RSC y el desempeño financiero. No obstante, una empresa que ya cuenta con una buena reputación corporativa, podría moderar dicha relación.

Finalmente, aún se presenta un problema en cuanto a la relación de la RSC y el desempeño, dado que la mayoría de las investigaciones afirman que hay un impacto significativo positivo, pero hay otras que determinan lo contrario. Además, los antecedentes citados analizan la RSC desde un punto de vista limitado sin considerar el entorno y las características que posee una empresa respecto a las que se encuentran en otros países y las distintas capacidades que poseen unas de otras. Por lo tanto, se pretende fortalecer las investigaciones ya realizadas y determinar cuál es la relación de la RSC con el desempeño organizacional.

Tomando en cuenta el problema de investigación, se ha desarrollado la siguiente pregunta de investigación:

¿Cómo la responsabilidad social corporativa afecta el desempeño financiero de una organización considerando como variable moderadora a la reputación corporativa?

Tomando como base el planteamiento del problema, planteamos el siguiente objetivo:

Determinar si existe o no afectación de la responsabilidad social corporativa con el desempeño financiero de una organización, considerando como variable moderadora a la reputación corporativa.

CAPÍTULO III. REVISIÓN DE LITERATURA

3.1. Relación entre responsabilidad social corporativa y desempeño financiero

Hoy en día las organizaciones tienen la necesidad de comprometerse con la responsabilidad social, ya que no solo es la obligación de producir bienes y servicios, más bien ahora deben de integrar las variables socio ambientales con su gestión, logrando una complementariedad entre los resultados económicos y la RSC. (Ochovo et al., 2000).

En este trabajo definimos a la RSC según uno de los más prestigiosos especialistas en este tema, por lo tanto, cabe destacar que la contribución más aceptada de la RSC en el campo científico es la de Carroll (1991), en virtud de que su modelo tridimensional planteó una definición cuatripartita, donde suscita que la RSC está formada por cuatro tipos de responsabilidades: económica, legal, ética y social o filantrópica, las cuales podrían ser representadas con una pirámide (Gráfico N° 1). Estas responsabilidades se han de cubrir no de forma secuencial, sino de forma integral. Carroll (1991) indica que “La responsabilidad social de la empresa implica el deber de obtener un beneficio, obedecer la ley, ser ético y ser un buen ciudadano”. Además en Carroll (1979), se define a la RSC como el comportamiento de una empresa, que es económicamente rentable, cumple con la ley, es ético y socialmente solidario.

Gráfico N° 1. La pirámide de la responsabilidad social corporativa



Fuente: Carroll (1991)

Con respecto al desempeño organizacional se puede alegar que ya no solo abarca llegar a la cuota, la productividad o la rentabilidad que pueda lograr una organización, más bien son los resultados de toda la planificación estratégica que logra una organización después de enfrentar diferentes retos en el camino (Delgado y Gallardo, 2016). Diversos autores han determinado que el desempeño organizacional es una variable multidimensional porque no solo abarca puntos financieros, sino también puntos afiliados a las intenciones y exigencias de los grupos de interés.

Bajo la premisa anterior, el presente trabajo de investigación se enfoca en el desempeño financiero puesto que actualmente la mayoría de las empresas sin importar su tamaño o giro hacen uso de las finanzas. De acuerdo con Nava & Marvelis (2009), el desempeño financiero es primordial en toda organización porque permite diagnosticar la gestión empresarial con los indicadores de solvencia, liquidez, deuda, eficiencia y rentabilidad.

Por último, para conceptualizar la última variable que es la reputación corporativa es necesario remarcar que el crecimiento de la reputación comienza con el comportamiento de la empresa con los grupos de interés más importantes, por lo que cuando las relaciones mejoran, el nivel de reputación de la empresa también aumenta (Villafañe, 2008).

Según Lai et al. (2010), la reputación de la empresa es “la impresión general que refleja la percepción de un grupo colectivo de partes interesadas”. Por otro lado, Villafañe (2008), consideraba a la reputación como el resultado de una imagen positiva cuando una organización práctica valores como la autenticidad, la honestidad, la responsabilidad y la integridad. Asimismo, el presente trabajo considera que la reputación corporativa no es lo mismo que imagen corporativa basados en Gotsi y Wilson (2001).

Con respecto a la relación a investigar entre el RSC y el desempeño financiero siempre ha sido un tema de discusión. Existen básicamente tres posturas frente a este debate:

La primera se agrupa en los estudios denominados “hipótesis de las variables moderadoras” (Gómez, 2008) donde el autor busca proponer un mapa de todas las posibles relaciones que se puede atribuir entre RSC y desempeño financiero, presentando mayor interés en las indagaciones meta-analíticas, dándose a conocer que no hay relación entre RSC y desempeño financiero debido a que hay una existencia de recursos intangibles (McWilliams y Siegel, 2001; Yang et al, 2010). Algunas de estas características es la incertidumbre, la complejidad y la generosidad que puede ejercer un efecto moderador.

La segunda postura, son otros estudios que demuestran una relación negativa entre desempeño financiero y RSC y esto se explica desde la perspectiva de Friedman (1970) donde las iniciativas vinculadas a RSC son un exceso de costo y amenaza la ventaja competitiva de las organizaciones (Barnett, 2007; Scherer y Palazzo, 2011). Según Friedman (1970) afirma que las únicas actividades que una empresa debe llevar a cabo son las que incrementan los beneficios de los accionistas.

Y la tercera postura, es donde los estudios manifiestan una relación positiva y esto se da por la respuesta de las organizaciones frente a la demanda de sus grupos de interés (Margolis y Walsh, 2003; Waddock y Graves, 1997).

Siguiendo la teoría de los *stakeholders* (Freeman, 1984) la RSC tiene un impacto positivo en los diferentes grupos de interés, por ejemplo, en los colaboradores, una organización al tener iniciativas en el ámbito social promueve un buen ambiente laboral y trae como resultado mayor compromiso y mayor productividad del colaborador y a la vez mayor desempeño financiero (Tencati y Zsolnai, 2009). Si una organización pone en marcha buenas prácticas mejora la satisfacción, incluso la fidelidad de los clientes (Lichtenstein et al, 2004), también mejora las contribuciones con entidades públicas y privadas (Post et al, 2002). Otro grupo de interés importante es la relación con el medio ambiente y así reducir el impacto medioambiental.

Por lo tanto, no se ha llegado a un acuerdo para conocer cuál es el impacto del RSC con el desempeño financiero. Sin embargo, la contribución que brindaron Roman et al. (1999) a las 62 investigaciones que se han realizado a lo largo de 25 años sobre la relación entre desempeño financiero y RSC fue recategorizar los resultados obtenidos y así poder brindar algo más concreto, estos resultados fueron que 33 estudios sugiere una relación positiva entre desempeño financiero y RSC, 5 muestran que hay una relación negativa, 14 sin relación o una relación no definitiva y el resto fue eliminado porque no presentaban medidas válidas, ya que estaban basados por la opinión de los autores.

Por otro lado, tenemos el estudio de Preston y O'Bannon (1997) donde analizaron la relación entre desempeño financiero y los indicadores de RSC a 67 empresas americanas en el periodo de 1982 a 1992, evidenciando una correlación positiva, esto quiere decir, que si las empresas contaban con un buen desempeño de RSC esto se vería reflejado en sus buenos desempeños financieros. También se reflejaba esta mejora cuando las empresas desarrollaban esos aspectos de RSC.

Para añadir, en el estudio de Valenzuela (2015), intentan medir cómo la RSC afecta tanto a la reputación como a los resultados financieros en una muestra de empresas chilenas. Esto en un contexto donde la legislación chilena no tiene una normativa respecto a qué requisitos se deberían cumplir en ese ámbito. Es decir, las acciones de esta son voluntarias. El mismo autor asevera:

Para lograr dichos objetivos nuestro análisis se estructura en dos etapas fundamentales. En primer lugar, teniendo en cuenta cuatro dimensiones por las cuales las empresas podrían poner énfasis en comunicación de información (ética, social, medioambiental y legal) hemos implementado un análisis de contenidos, en donde se han estudiado distintos medios tradicionales y redes sociales por los cuales las empresas emiten información. En segundo lugar, una vez identificados los énfasis en la divulgación de información, llevamos a cabo un análisis cuantitativo con la finalidad de determinar la incidencia de dichas dimensiones sobre distintos factores que aproximan el desempeño de la empresa.

En este estudio se empleó una muestra de 55 empresas no financieras que han cotizado en la Bolsa de Comercio de Santiago para el periodo 2007 - 2012. Aquí, realizaron 323 observaciones. Valenzuela (2015) afirma que “Al momento de analizar la reputación corporativa medida a través del crecimiento de las ventas, se evidencia la importancia de implementar dimensiones de RSC tendientes a fortalecer las redes con los colaboradores con la finalidad de obtener un mayor posicionamiento estratégico, mejoras en la eficiencia empresarial y en la mejor adaptación a la dinámica del entorno”, en esta investigación resalta que la implementación de las RSC impactarán en las ventas a largo plazo lo cual lleva a un mejor desempeño financiero de una organización.

Aunque diversos estudios se han centrado en la RSC y su impacto sobre el desempeño de la empresa, todavía hay problemas importantes que deben abordarse más. En primer lugar, aunque la mayoría de los estudios empíricos han pronosticado un impacto positivo de la RSC en el desempeño de las empresas, la evidencia empírica es mixta. Los defensores de la influencia positiva de la RSC en el desempeño de la empresa argumentan que la RSC le permite a la empresa lograr el doble objetivo de maximizar la riqueza de los accionistas y lograr la meta de ser socialmente responsable también (Orlitzky et al., 2003; Inoue y Lee, 2011; Youn, et al., 2015)

Habiendo desarrollado los conceptos de responsabilidad social corporativa, la investigación toma como base fundamental el modelo de Carroll ya que es considerado uno de los modelos más completos y aceptados en tema de RSC, dado que este plantea que los tipos de responsabilidades se cubran de manera global y así la empresa tenga el deber de lograr un beneficio, acatar la ley, ser ético y un buen ciudadano (Moza y Puentes, 2010). Por otro lado, las investigaciones pasadas refuerzan la relación de la RSC y el desempeño financiero, así planteándose identificar el impacto que tiene la RSC en el desempeño financiero.

Finalmente podemos llegar a la siguiente hipótesis:

H1: La RSC tiene un impacto en el desempeño financiero

3.1.1. Relación entre RSC en su dimensión filantrópica social y desempeño financiero.

De acuerdo con Carroll (1991), la dimensión filantrópica o social abarca las obligaciones que contraen las empresas de carácter voluntario con el fin de realizar actividades de beneficencia o generar programas que promuevan una mejor calidad de vida del entorno en que operan.

En lo que respecta a la dimensión social de la RSC, es uno de los ejes que tiene mayor importancia en el concepto de la RSC. Tal como mencionan Valenzuela, Jara y Villegas (2015). Esta dimensión se centra en el hecho de que todo efecto por parte de la RSC tiene un efecto sobre la comunidad y en su participación, entre otras.

En el resultado de la investigación de estos autores se obtuvo un resultado positivo entre la relación de la dimensión social y el desempeño financiero, estudio en el cual se analizaron 55 empresas no financieras que cotizaban en la Bolsa de Comercio de Santiago durante los periodos 2007 a 2012. La investigación halló que el 92% de las empresas habían manifestado información sobre sus prácticas de dimensión social. Poner en práctica esta dimensión nos recomienda una realidad de diferencias significativas en lo que refiere a la valoración de empresas. En los resultados también se halló que la dimensión social es importante al momento de explicar sobre la rentabilidad y la valoración de una compañía. Por lo tanto, se encontró una relación positiva y significativa.

Por otro lado, en la investigación realizada por Molina et al. (2017) realizó un estudio similar, enfocado en las mismas dimensiones y su relación con el desempeño financiero, en esta investigación la muestra fue dividida en 2 grupos 1) empresas que integran el consorcio ecuatoriano para la responsabilidad social (CERES); y, 2) empresas ubicadas en el ranking de la revista ecuatoriana EKOS por su prestigio y nivel de ingresos. En el primer grupo se seleccionaron 23 empresas y en el segundo 29. En lo que respecta a la comparación de difusión de prácticas sociales (forma de representación de la dimensión social) el 91% en lo que respecta a las del Grupo CERES; el grupo EKOS obtuvo un 45%. Los resultados muestran la relevancia de tener prácticas socialmente responsables, debido a que la falta de divulgación de este tipo de información afecta negativamente la confianza en los *stakeholders*. Cabe destacar que se halló una influencia positiva en los indicadores del desempeño financiero (rendimiento de activos y endeudamiento) más no fue una relación significativa con las actividades de RSC.

Habiendo desarrollado el concepto de RSC en su dimensión social y el desempeño financiero se plantea la siguiente subhipótesis.

H1a: La RSC en su dimensión social tiene un efecto en el desempeño financiero

3.1.2. Relación entre RSC en su dimensión ética y desempeño financiero

Hernandez et al. (2019), menciona que “la dimensión ética se basa en promover actividades y prácticas correctas, justas y razonables que mantengan de coherencia con la sociedad, de tal modo que se prevenga o minimice el daño a los grupos con los que se relaciona la compañía, lo cual permitiría obtener un mejor bienestar colectivo, sin decaer en costos que pueden representar la bancarrota de la compañía”.

Según Cortina (2019), considera que la responsabilidad social corporativa debe ser transversal en la estructura de la empresa, considera que la ética en una empresa es asimilar compromisos desde adentro de la empresa, lo cual conlleva a obtener una visión de negocio basado en dichos compromisos. La autora determina que la RSC en su dimensión ética es asumir compromisos desde adentro de la organización con el fin de tener una mejor performance en el ámbito del negocio.

Por otro lado, López, Ríos y López (2015) muestran en su estudio realizado a empresas (Mipyme) en México, que ellas obtienen mejores resultados financieros gracias a su comportamiento ético con sus grupos de interés; es decir, los autores resaltan en sus

resultados que existe una relación positiva y significativa entre la responsabilidad social corporativa específicamente en el comportamiento ético y el desempeño empresarial (financiero) de estas. Por lo tanto, podemos afirmar que dichos resultados no son concluyentes ya que las empresas en países subdesarrollados están en condiciones diferentes a otros países, aun así, es importante señalar que los autores dan un punto de partida para futuras investigaciones.

Habiendo desarrollado el concepto de RSC en su dimensión ética y el desempeño financiero se plantea la siguiente subhipótesis

H1b: La RSC en su dimensión ética tiene un efecto en el desempeño financiero

3.1.3. Relación entre RSC en su dimensión legal y desempeño financiero

Al hablar de dimensión legal se refiere a la “consideración que las compañías deben tener hacia las leyes que existen en el territorio sobre el cual va operar el negocio. Además, si son empresas internacionales, deben cumplir los acuerdos y pactos internacionales” asevera Sen & Cowley (2013).

Diversos autores manifiestan que el sistema fiscal y la regularización pueden lograr un grado de responsabilidad en las empresas como el respeto al medio ambiente y protección de recursos naturales (Pompper, 2015). Sin embargo, se encuentra el sistema político y legal que obliga dentro de las fronteras, es decir, por un lado, se encuentran los movimientos de desregulación que incrementan la globalización y por otro lado se ubican las empresas que realizan actividades en economías no capitalistas y en países desarrollados. Por ese motivo, es complicado la efectividad de la regularización de la RSC porque donde termina el sistema legal y sus demandas es donde inicia la RSC y difiere para cada país, por ello, no es frecuente encontrar estudios de la medición en la dimensión legal.

En el estudio de Hernández et al. (2019), respecto a las acciones legales que la empresa debe realizar:

“Se observó que el 64.4% de los encuestados opinan que cumple con sus obligaciones contraídas en los contratos. El 64.1% opina que la empresa se asegura de que sus empleados actúen dentro de los estándares definidos por la ley y que respeta siempre los principios definidos por el sistema regulatorio (62.9%). El 62.5% opina que la

empresa se abstiene de infringir la ley, incluso si esto ayuda a mejorar su rendimiento”.

Habiendo desarrollado el concepto de RSC en su dimensión legal y el desempeño financiero se llega a la conclusión que las investigaciones no son concluyentes dado que no se determina con mayor certeza la relación directa de la RSC legal con el desempeño. Por lo cual se plantea las siguiente sub hipótesis:

H1c: La RSC en su dimensión legal tiene un efecto en el desempeño financiero

3.1.4. Relación entre RSC en su dimensión económica y desempeño financiero

La dimensión económica abarca la producción de bienes y servicios que los consumidores necesitan y desean. Esto se logra mediante el diseño de productos que respondan a las necesidades del mercado, y como retribución por la entrega de estos productos”, afirma Cajiga (2013).

Según Hernández et al (2019); a través de su investigación por medio de encuestas entre 18 y 60 años a consumidores (México), llegaron a la conclusión que la RSC en su dimensión económica es la menos valorada por los encuestados, pero con mayor aceptación ya que los encuestados determinaron una relación de la dimensión económica con el fin de generar ingresos, pero ellos también consideran que las empresas a la vez deben generar programas que ayuden al bienestar y la calidad de la sociedad donde estas se encuentran y que esto repercute en el desempeño financiero de las empresas en cuanto a sus ventas. Por lo tanto, podemos afirmar que la investigación realizada no es concluyente ya que se da en México donde los consumidores son diferentes a los consumidores de los demás países y estos consideran que la dimensión económica es la menos importante de las 4.

Además, según Pérez y Rodríguez (2011), “la última crisis económica mundial ha llevado a la sociedad a reclamar un mayor interés de las empresas por cuestiones vinculadas con responsabilidad social corporativa (RSC). Dicho interés se ha materializado en un fuerte aumento del número de trabajos que analizan el rol de la RSC en contextos de crisis, si bien estos son de carácter eminentemente teórico y no aportan información sobre la percepción real de los grupos de interés”. En este contexto, en el estudio que realizaron los autores mencionados, se realizó dicho estudio para analizar la importancia de la RSC en el desempeño financiero para usuarios del mismo sector.

Este estudio se llevó a cabo a través de una investigación de mercados con encuestas realizadas a usuarios de servicios financieros. Respecto a la muestra de investigación, con el objetivo de lograr una mayor representatividad de datos, se recurrió a un muestreo polietápico por cuotas. Esto se recopiló del Instituto Nacional de Estadística para criterios de Sexo y edad. El estudio de campo se realizó en abril del 2010, con 1124 encuestas válidas.

“Se ha comprobado que la coordinación de las acciones de RSC es adecuada para analizar tanto la percepción, la importancia que los clientes conceden a las distintas facetas de la RSC. Por ello, la sistematización de la gestión, implementación y comunicación corporativa de la RSC facilita la alineación de objetivos empresariales con las inquietudes y deseos de los clientes”, Pérez y Rodríguez (2011). Esto facilitó su mejora continua y una mejora financiera.

Puntualizando el estudio, en su dimensión económica, se observó que los aspectos más económicos de la RSC son los más infravalorados por los consumidores de servicios financieros. Concluyendo que la dimensión económica no repercute positivamente en el desempeño financiero.

Habiendo desarrollado el concepto de RSC en su dimensión económica y el desempeño financiero se plantea la siguiente subhipótesis

H1d: La RSC en su dimensión económica tiene un efecto en el desempeño financiero

3.2. Relación entre responsabilidad social corporativa y desempeño financiero considerando la reputación corporativa como una variable moderadora.

Zia, Asad y Asim (2018) tienen un estudio muy interesante para describir esta parte teórica de nuestro estudio.

“El objetivo del artículo es analizar la influencia de la responsabilidad social corporativa (RSC) de la empresa sobre el desempeño de la empresa y el riesgo de la empresa. Además, la mediación también examina el papel de la reputación de la empresa en la relación RSC-desempeño. Los datos se recopilaron de empresas europeas y asiáticas que figuran en Fortune's Most Countries admirados para el período 2014-2018. Uso del modelo de regresión logit y OLS regresiones, encontramos que la RSC tiene una influencia positiva significativa en la reputación de la empresa y el rendimiento de la empresa. Con base en nuestros resultados, nosotros

también confirmamos que la reputación de la empresa sí es una variable mediadora en la relación entre RSC y desempeño financiero. Este estudio se suma a la literatura relacionada con la RSC al proporcionar pruebas más fiables y objetivas sobre el papel de la reputación de la empresa en la RSC”

Como podemos observar, este estudio comprobó que la reputación de la empresa es una variable mediadora entre la RSC y el desempeño financiero de acuerdo con la literatura revisada. Fombrun (2005) argumenta que “el compromiso con la RSC es fundamental para crear y mejorar la reputación de la empresa”. Además, desde el punto de vista de recursos, (Cabral, 2012) “la reputación de la empresa es un recurso importante para la empresa que afecta significativamente la lealtad del consumidor”. Este estudio se realizó entre los años 2014-2018. La recopilación de datos fue de las empresas más admiradas del mundo, de Fortune Global 500. Para la medición de la reputación de la empresa se utilizaron listas de clasificación FMAC (Financial Management Advisory Council). Las clasificaciones de firmas en la lista de la FMAC se hacen a través de un gran esfuerzo que involucra encuestas de directores, ejecutivos y analistas comerciales sobre sus evaluaciones de empresas pertenecientes a la industria respectiva. Las métricas de la variable reputación son calidad de productos y servicios, innovación, calidad de gestión, uso de activos corporativos, inversión a largo plazo, competitividad global y solidez financiera. Se concluyó que existe una fuerte influencia indirecta de la RSC en el ROA, cuando la reputación de la empresa se incluye como variable mediadora.

Habiendo desarrollado el concepto de RSC, reputación corporativa y el desempeño financiero se llega a la siguiente conclusión con base a las investigaciones ya realizadas y presentadas como referencia. Así mismo, se presentaron las distintas relaciones que estudios previos presentados donde no hay una tendencia de los efectos de la RSC en el desempeño organizacional. Además, hay abundante bibliografía, que se mencionó en el marco teórico y planteamiento del problema de investigación, donde la reputación corporativa toma el rol mediador, independiente o indicador por el contrario existen pocas investigaciones que estudien a la reputación corporativa como variable moderadora. Es el caso de, Kuldeep y Madhvendra (2020) donde realizaron un estudio donde la reputación corporativa cumple un rol moderador. Es así que en su hipótesis número 6, de este estudio, afirma que “la reputación corporativa modera la relación entre RSC y el desempeño organizacional, donde esta relación se fortalecería para empresas ya establecidas en el mercado y con una reputación considerable”. Esta hipótesis fue probada estadísticamente y aunque existe un cierto nivel de

significancia en el planteamiento de acuerdo a las respuestas de los gerentes y directivos de las empresas multinacionales estudiadas, no pudo comprobarse el rol moderador de la reputación corporativa de la RSC y el efecto que tiene en el desempeño organizacional.

Los datos fueron recolectados de empresas Europeas Multinacionales que operan en India. En un contexto donde la RSC es obligatoria en la economía emergente mencionada. Además, no se encontró estudios previos de la misma índole porque el estudio tomaría más importancia. En el estudio no se pudo probar el efecto moderador de la reputación corporativa entre el efecto de la RSC y desempeño organizacional. Por lo tanto, dado que hay abundante teoría respecto a la relación entre ambas variables, creemos que en la muestra que tomaremos de las instituciones financieras, nuestra hipótesis 2 podría ser probada. Esto será importante para el aporte a la teoría y pruebas que se deben realizar.

La presente investigación considera a la reputación corporativa como variable moderadora mas no independiente o mediadora, ya que el fin de esta investigación es determinar si la reputación corporativa modera el efecto de la variable independiente desarrollado en la investigación, que es la RSC, con la variable dependiente, que es el desempeño financiero. Esto debido a que diversos estudios realizados en diferentes países muestran efecto entre ambas variables, sin embargo no hay una clara tendencia. Por lo cual se plantea la siguiente hipótesis:

H2: La reputación corporativa modera el efecto de la RSC en el desempeño financiero.

Por otro lado, la variable moderadora planteada, reputación corporativa, cumpliría un papel moderador entre la relación de la RSC y el desempeño financiero. Por ello se plantearía las siguientes subhipótesis:

H2a: La reputación corporativa modera el efecto de la RSC y el desempeño financiero en su dimensión social.

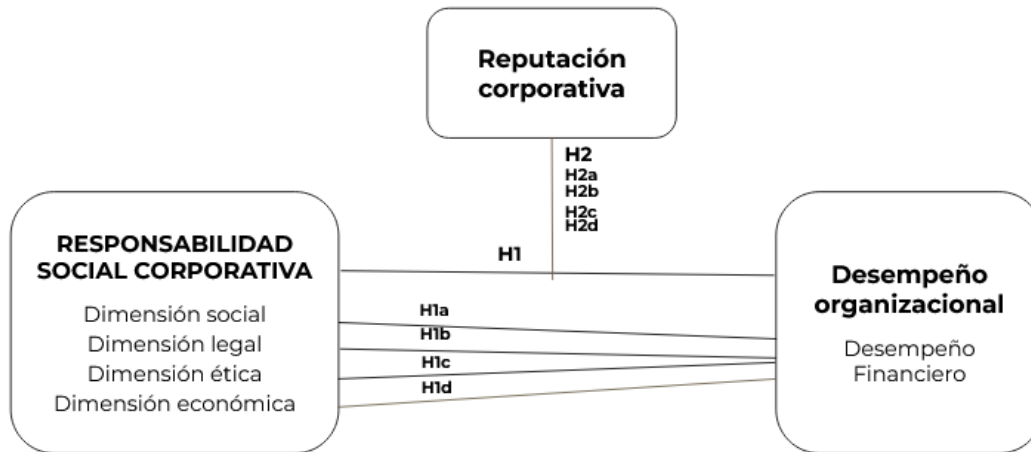
H2b: La reputación corporativa modera el efecto de la RSC y el desempeño financiero en su dimensión ética.

H2c: La reputación corporativa modera el efecto de la RSC y el desempeño financiero en su dimensión legal.

H2d: La reputación corporativa modera el efecto de la RSC y el desempeño financiero en su dimensión económica.

Finalmente, presentamos el modelo sugerido para la presente investigación en el siguiente gráfico:

Gráfico N°2 Modelo propuesto



Fuente: Elaboración propia

CAPÍTULO IV. ENFOQUE METODOLÓGICO DE LA INVESTIGACIÓN

4.1. Diseño de la investigación

Para la presente investigación, el diseño propuesto será no experimental, ya que según Kerlinger (1979, p. 116) "La investigación no experimental o *ex-post-facto* es cualquier investigación en la que resulta imposible manipular variables o asignar aleatoriamente a los sujetos o a las condiciones". Es decir, las variables se estudian en un ambiente real. Por otro lado, tiene un corte transversal prospectivo, esto quiere decir que determina la relación entre un conjunto de variables en un momento (Hernández, Fernández y Baptista, 2010).

El enfoque que se usará es correlacional y regresional para medir la relación entre estas variables y sus dimensiones, ya que buscará determinar la influencia de la variable de la RSC en el desempeño financiero, considerando como variable moderadora a la reputación corporativa y también se buscará la causa - efecto entre estas variables.

Además, en el presente trabajo de investigación, la unidad de análisis será el sector financiero, esta se refiere al objeto que será investigado y del cual se recopilará datos. La población es el sistema financiero de Lima Metropolitana y el método de muestreo a emplearse es no probabilístico por conveniencia dado que considera una cantidad representativa de las organizaciones del sector financiero. Finalmente, se opta por este método con el fin de encuestar a ejecutivos de alto cargo por conveniencia, debido al acceso de información con la que se cuenta.

4.2. Muestra

En base a lo expuesto anteriormente, nos enfocaremos en el modelo de Carroll (1991), que sustenta dichas dimensiones, considerando que es el marco teórico más aceptado y utilizado en la literatura. Se validará el modelo propuesto en las empresas del sector financiero en Lima Metropolitana que listan en la SBS.

En ese mismo contexto, se cuenta con la investigación ejecutada por Marquina (2013) donde hace mención que en el año 2011 las empresas de este sector realizaban actividades relacionadas al RSC de manera esporádica, desinteresada y no de manera integral. Por lo tanto, es importante que las empresas en el sector financiero implementen la RSC para poder mejorar su gestión. Además, es preciso que se muestre interés desde la dirección o alta gerencia para que forme parte de la estrategia empresarial (Sarmiento, 2011).

Del mismo modo, el crecimiento de los mercados financieros a nivel mundial es fundamental para el desarrollo de la economía. Por lo tanto, la solidez en los sistemas financieros mundiales, a través de la liquidez, estabilidad, crecimiento, accesibilidad y eficiencia del sector financiero aporta al bienestar social de los países (Banco Mundial, 2016).

Además, el reporte de estabilidad financiera del BCRP (2021), muestra que en el último semestre del año 2021, el sector financiero peruano ha evolucionado favorablemente en línea con la recuperación económica y el efecto de las medidas de estímulo monetario.

En base a lo anterior, el presente estudio realizará una muestra piloto a 47 empresas del sector financiero de Lima metropolitana (Ver anexo 1). Según datos de la Superintendencia de Banca y Seguros del Perú - SBS, entre ellas 19 bancos, 10 financieras, 11 cajas municipales de ahorro y crédito y 7 cajas rurales de ahorro y crédito. Se toman estas empresas dado que ha sido un sector que ha venido restaurando positivamente de la crisis causada por la pandemia. La SBS (2022) hace mención que “En este contexto, el sistema financiero peruano ha continuado su recuperación, luego del impacto de la pandemia del COVID-19, lo cual se evidencia en el crecimiento sostenido de la cartera crediticia y en la recuperación de la rentabilidad”.

Asimismo, la rentabilidad del sistema financiero incrementó en el 2022 - ROE de 11.7% - Superior al 1.1% del 2021. Asimismo, la importancia que tiene el sector financiero en Lima es considerable en el Perú. Solo en Lima, el destino de créditos directos ha sido superior al 69%, según la entidad encargada de su regulación y supervisión. Además, según la SBS (2014), las 19 empresas que conforman el sector bancario representa el 55.3% de participación de los activos que mueve el sistema financiero.

4.3. Método de recolección de datos

En lo que refiere a la recolección de información se utilizarán cuestionarios adaptados que medirán la relación entre las dimensiones de las variables de estudio.

Para la variable de RSC, se recopilará información a través del cuestionario realizado por KPMG y la Universidad Standford. Asimismo, el cuestionario presentado está basado en estudios anteriores presentados por KPMG, Eurobarómetro, Aspen Institute, Global Reporting Initiative, Edelman, McKinsey o la Universidad de Stanford (Mababu, 2010). También se hará uso del cuestionario validado en el estudio de González, Donate y

Guadamillas (2014), ambos cuestionarios consisten en preguntas medidas en la escala de tipo Likert, es decir, 5 puntos que se desarrollan en totalmente en desacuerdo (1) a totalmente de acuerdo (5), los cuales serán adaptados para nuestra investigación.

Tabla 1. Encuesta adaptada de Mababu, R. (2010) sobre responsabilidad social corporativa y sus dimensiones.

Escala de 1 “totalmente en desacuerdo” a 5 “totalmente de acuerdo”

<i>Encuesta adaptada de Mababu, R. (2010) sobre responsabilidad social corporativa y sus dimensiones</i>
Usted considera oportuna la información que tienen las empresas sobre RSC.
Usted considera oportuno el nivel de sensibilidad sobre RSC en la empresa.
Usted considera que si la empresa se compromete con el tema de RSC optimice la rentabilidad de la misma.
Usted considera que si la empresa se compromete con el tema de RSC mejore la reputación de la empresa de cara al público.
Usted considera que las empresas necesitan llevar a cabo los estándares que establece la sociedad.
Usted considera que una producción eficiente de bienes y servicios ya no es la única cuestión que la sociedad espera de la empresa.
Usted considera que la colaboración en las actividades socialmente responsables puede resultar un peligro para las empresas porque las pueden llevar a desviar fondos y tiempo dedicados a la producción.
Usted considera que si la empresa desatiende el tema de RSC pueda lograr la ventaja competitiva más que sus competidores.
Usted considera que se debe colaborar en actividades relacionadas con RSC sólo si son rentables para sus resultados.
Usted considera que se incorporen los costos de acciones sociales relacionados a RSC en los precios de los productos o servicios.
Usted considera que la política de RSC ayuda a igualar el poder social y a evitar cualquier intento de conducta irresponsable o no-ética en una organización.

Usted considera que la RSC es un asunto que debe ser tratado y aplicado más a los altos mandos que a los colaboradores.
Usted considera que la RSC está más relacionada al área de marketing y relación pública de la empresa porque los resultados no son tangibles.
Usted considera que en la presente coyuntura, la RSC ya no es importante ni prioritaria para las empresas.
Usted considera que la empresa en la que labora inculca a sus colaboradores la relevancia de los valores y normas de conducta.
Usted considera que la empresa en la que labora ha precisado de manera clara las normas y valores de sí misma.
Usted considera que la empresa en la que labora brinda oportunidades de formación para la comunidad.
Usted considera que la empresa en la que labora toma medidas tanto en salud y seguridad para la protección de sus colaboradores.
Usted considera que la empresa en la que labora ha tomado medidas relacionadas contra la discriminación y violación de los derechos humanos.

Tabla 2. Encuesta adaptada de González, M.; Donate , M.. y Guadamillas,, F. (2014) sobre Reputación Corporativa.

Escala de 1 “totalmente en desacuerdo” a 5 “totalmente de acuerdo”

<i>Encuesta adaptada de González, M.; Donate , M. y Guadamillas,, F. (2014) sobre Reputación Corporativa</i>
Usted considera que la reputación de la empresa en relación con la calidad de los productos y servicios que brindan se encuentra entre las mejores del sector.
Usted considera que la reputación de la dirección y gestión de la empresa se encuentra entre las mejores del sector.
Usted considera que la reputación financiera de la empresa se encuentra entre las mejores del sector.

Tabla 3. Encuesta adaptada de González, M.; Donate , M. y Guadamillas, F. (2014) sobre Desempeño Financiero.

Escala de 1 “totalmente en desacuerdo” a 5 “totalmente de acuerdo”

<i>Encuesta adaptada de González, M.; Donate , M. y Guadamillas,, F. (2014) sobre Desempeño financiero.</i>
Usted considera que la empresa en la que labora da valor a la empresa a través de las prácticas de responsabilidad social corporativa, con la finalidad de mejorar su ROA (rendimiento sobre el activo).
Usted considera que la empresa donde trabaja con la implementación de las prácticas de responsabilidad social corporativa aumentó sus ventas y así mejoró su ROI (Retorno sobre inversión).
Usted considera que la empresa en la que labora fortaleció la rentabilidad sobre sus ventas después de la implementación de la RSC.
Usted considera que la empresa en la que labora ha tenido un mejor desempeño financiero respecto al ROE (rendimiento sobre el patrimonio) durante los últimos años, debido a la implementación de responsabilidad social corporativa.
Usted considera que la empresa en la que labora está produciendo beneficios apropiados en la ejecución de los activos y un buen rendimiento del capital después de la implementación de las prácticas de responsabilidad social corporativa.
Usted considera que el margen bruto de las ventas incrementó luego de la implementación de las prácticas de responsabilidad social corporativa.

Para el análisis de datos se propone usar el método del Análisis de Varianza (ANOVA) de un factor para muestras independientes (Maxwell y Delaney, 2000; Zedeck, 2002), debido que este método se adapta bajo los supuestos de homogeneidad de varianzas y una distribución normal (Mababu, 2010). Cabe recalcar que la investigación plantea como objetivo buscar una relación entre variables principales, midiendo a través de las dimensiones planteadas con anterioridad. Es importante mencionar también que la APA sugiere utilizar

este análisis para que el lector comprenda correctamente la relevancia del estudio (Pierce, 2004). También se hará uso del método de regresión lineal, el cual permite el análisis de una determinada variable a partir de los datos de una o más variables (Pedhazur, 1982) que, nos permitirá hallar la causa efecto entre las variables.

CAPÍTULO V. CONTRIBUCIÓN ESPERADA

5.1. Aporte teórico

Las hipótesis planteadas en el presente estudio aportarán conocimientos sobre la relación entre la RSC y desempeño organizacional en países en desarrollo como Perú, en los cuales las prácticas de RSC no están desarrolladas. Además, conocer cuál de las dimensiones de la RSC tendría un mayor aporte en la reputación corporativa y por otro lado, qué impacto tendría la reputación corporativa en el desempeño organizacional.

Estudios como Platanova (2018) y Galdeano (2019) determinaron una relación significativamente positiva de la RSC y el desempeño financiero. Por lo cual, la presente investigación busca aportar con un estudio más profundizado en el sector financiero de Lima Metropolitana y así contribuir con mejores resultados para determinar y explicar la relación de la responsabilidad social corporativa con el desempeño financiero, dado que aún no se logra determinar si existe una relación significativa entre estas dos variables o no.

En estudios previos de la literatura, no se ha llegado a un consenso en cuanto a la relación de la RSC y el desempeño financiero. Algunos autores mencionan que no existe relación (Malla et al., 2021) y otros si encuentran una relación positiva (Tostes y Chero, 2010). Por lo tanto, el presente estudio busca contribuir más con la literatura sobre la relación de responsabilidad social corporativa y el desempeño organizacional (financiero) en el sector financiero, ya que hasta ahora no se ha mejorado en cuanto al desarrollo de los conceptos y tampoco se ha difundido dicha relación en las organizaciones financieras dado que estas aún son reacias a implementar las prácticas de RSC.

Con respecto a la reputación corporativa, Kuldeep y Madhvendra (2020), analizaron si esta variable modera la relación de la responsabilidad social corporativa y el desempeño financiero, encontrando que no existe nivel significativo en dicha moderación. Si bien es cierto no se encontró un nivel de significancia para comprobar la hipótesis de esta investigación, no se puede afirmar que no existe algún rol moderador de la reputación corporativa. Por consiguiente, esta investigación aportará con sus resultados en el campo de estudio de la reputación corporativa como variable moderadora en la relación de la RSC con el desempeño financiero de una organización en el sector financiero.

Finalmente, esta investigación también busca ser un punto de partida, al resaltar la importancia de la reputación corporativa como variable moderadora en la relación de la RSC

y el desempeño financiero ya que al no ser estudiada en comparación con otras, ha perdido interés en el campo científico. En consecuencia, este estudio busca alentar a los demás investigadores a realizar mayores estudios de estas variables con el fin de un mayor aporte científico en este tema.

5.2. Aporte práctico

Como contribución práctica, la presente investigación propone un modelo conceptual, el cual puede ser de gran utilidad para aquellas organizaciones que busquen implementar las prácticas de RSC, ya que, según Lăcrămioara y Alan (2018) la responsabilidad social corporativa (RSC) se limita como un componente eficaz, beneficioso y eficiente que permite a las empresas del sector bancario u otro sector aumentar su productividad.

Según Cuesta (2004), la implementación de la RSC en las entidades financieras es relevante, ya que asume el rol de intermediario en la concesión de créditos a los clientes. Su estudio realizado en España determina que toda entidad financiera se rige al riesgo por lo cual la RSC es importante en cuanto a su rol de crear valor ajustado al riesgo en sus dimensiones sociales y ambientales. Es decir, la implementación de la RSC a través de la gestión de riesgo de una entidad financiera ayuda a que esta tenga mejor desempeño financiero.

Por ello, esta investigación a través de sus resultados aportará a que las empresas que se encuentran en el sector financiero puedan utilizar a la RSC como herramienta de gestión en cuanto a reducir el riesgo de las carteras que poseen y teniendo mayores utilidades a largo plazo ya que actualmente muchas de las entidades financieras son reacias a implementarlas por los estudios no concluyentes de la RSC con el desempeño financiero.

Por otro lado Meza (2007) indica en su estudio realizado que al implementar las prácticas de RSC, a largo plazo se obtiene mayor confianza en cuanto a la reputación e imagen con los clientes y la sociedad. Por lo tanto, la investigación aportará con resultados e información para que las empresas financieras del Perú incorporen las prácticas de responsabilidad social corporativa como herramienta de gestión al desarrollar las políticas de sostenibilidad de cada entidad financiera. También, la investigación contribuye que la reputación corporativa puede ser una variable moderadora entre las variables RSC y el desempeño financiero, y esto permitirá que las empresas puedan obtener mejor confianza con los clientes, ya que estos están seguros de confiar sus ahorros o inversiones a estas entidades financieras.

Por este motivo, cada institución financiera podrá utilizar los resultados de esta investigación también como herramienta para la elaboración de sus planes estratégicos, ya que la implementación de las prácticas de responsabilidad corporativa que realizan en el corto o en el largo plazo deberán estar alineadas a los objetivos económicos de cada organización. Por el contrario, una mala implementación de estas repercutirá en su desempeño organizacional y su reputación corporativa a largo plazo.

Asimismo, los resultados de esta investigación también podrán ser utilizados como una herramienta importante para cada organización al momento de implementar una estrategia para la obtención de una ventaja competitiva con respecto a las otras instituciones financieras. Es importante señalar que este estudio ayudará a conocer la importancia según los resultados obtenidos sobre la reputación corporativa para estas entidades financieras, las cuales tomarán en cuenta al momento de establecer sus objetivos considerando la importancia de la misma para inversores y ahorristas, los cuales al momento de invertir confían más en aquellas entidades financieras con buena reputación corporativa.

Finalmente las instituciones financieras podrán utilizar como base esta investigación a la reputación corporativa como una herramienta moderadora y así intensificar el efecto de la implementación de las prácticas de RSC con su desempeño financiero para así obtener mejores resultados económicos con respecto a su competencia.

CAPÍTULO VI. CONCLUSIONES

El presente estudio proveerá una visión más amplia de la RSC en sus diferentes dimensiones a la alta dirección, proporcionando conocimientos empíricos sobre el impacto generado por las prácticas de la RSC en el desempeño financiero en búsqueda de fortalecer la reputación corporativa de las empresas. Por lo tanto, esta propuesta de investigación podrá ser utilizada en los diferentes sectores o rubros empresariales. Además, se podría considerar el riesgo como otra variable moderadora. Esto no se estudió en el presente estudio.

El efecto moderador resulta especialmente relevante para empresas que dependen de su reputación. Por tanto, podría ser una base para estudiar el efecto de la RSC en el desempeño financiero de las mismas firmas. Aunque la teoría no está inclinada hacia la reputación corporativa como variable moderadora, hemos planteado este estudio para aportar a la misma. En consecuencia, se carece de evidencia empírica.

De esta forma, para poder profundizar en el tema se tomó como referencia a estudios realizados y validados en diferentes países a lo largo de los años, los cuales no son concluyentes ya que el sector financiero peruano posee características y entornos diferentes a los demás países. De esta manera, la relevancia del estudio es primordial para poder tener información primaria del país y resulte como punto de partida para futuras investigaciones con respecto a la reputación corporativa como variable moderadora. Asimismo se podría estudiar o basarse en explorar el papel de otras variables dependiendo el sector o rubro en el que se encuentren.

Finalmente, la RSC recomienda a las empresas tener en cuenta el impacto que genera sus actividades, tanto en sus trabajadores o grupos de interés como en el ámbito social, económico, legal y ético.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Banco Mundial. (2016). Sector Financiero. Recuperado de <http://datos.bancomundial.org>
- Barnett, L. (2007). Stakeholder influence capacity and the variability of financial returns to corporate social responsibility. *Academy of Management Review*, Vol. 32, N° 3, pp. 794–816.
- Barroso, F. (2017). Responsabilidad social empresarial: ¿estrategia para mejorar el desempeño laboral y aumentar utilidades, o deber ético de las empresas? .Universidad Anáhuac Mayab. División de Negocios. Mérida, Yucatán, México. Líneas: *Gestión del conocimiento, emprendimiento e innovación / Responsabilidad social, Revista Universitaria Ruta* Vol. 19 I / 2017
- BCRP (2021). Reporte de Estabilidad financiera. Recuperado el 29 de septiembre de 2022 de <http://chrome-extension://efaidnbmnnnibpcajpcglclefindmkaj/https://www.bcrp.gob.pe/docs/Publicaciones/Reporte-Estabilidad-Financiera/2021/noviembre/ref-noviembre-2021.pdf>
- Cabral, L (2012). Cumpliendo con las expectativas: Reputación corporativa y ventaja competitiva sostenible. *Documentos de trabajo*. Universidad de Nueva York, Escuela de Negocios Leonard N. Stern, Departamento de Economía.
- Cajiga, J. (2013). El concepto de responsabilidad social empresarial. México: CEMEFI.
- Carroll, A (1979). A three-dimensional conceptual model of corporate social performance. *Academy of Management Review*, n° 4, 1979.
- Carroll, A (1991). The pyramid of corporate social responsibility: Toward the moral management of organizational stakeholders. *Business Horizons*, Julio-Agosto, 1991.
- Choi, Jaepil y Chang (2009). Stakeholder relations and the persistence of corporate financial performance. *Strategic Management Journal*. Vol. 30, N° 8, pp. 895–907.
- Contraloría General de la República (CGR). Informe de Incidencia de la corrupción y la inconducta funcional en el Perú 2021, pp 50-5.
- Cortina, A. (2019). La responsabilidad social deber ser transversal en toda compañía. <https://www.información.es/economia/2019/09/30/adela-cortina-responsabilidad-social-debe-5312265.html>

- Cuesta, M. (2004). La responsabilidad social en el sector bancario: Una propuesta de indicadores para medir su contribución social. *Sistema Financiero y realidad empresarial*.
- Delgado, F. y Gallardo D (2016). Measurement tool to assess the relationship between corporate social responsibility, training practices and business performance. *Journal of Cleaner Production*, 129, 659-672.
- Fombrun, C (2005). Un mundo de investigación, análisis y pensamiento sobre la reputación—Construyendo la reputación corporativa a través de iniciativas de RSE: Estándares en evolución. *Revisión de la reputación corporativa*, 8(1), 7–12.
- Freeman, R. (1984). *Strategic Management: A stakeholder approach*. Pitman Press, Boston.
- Friedman, M. (1962). *Capitalism and freedom*. Chicago: University of Chicago Press, 1962.
- Friedman, M. (1970). The social responsibility of business is to increase its profits. *New York Times Magazine* (reprinted from *Perspectives in Business Ethics*, 3rd ed., 280-285, by Hartman, L.P., Ed.2005, New York, NY: McGraw-Hill).
- Galdeano, D., Ahmed, U., Fati, M., Rehan, R., & Ahmed, A. (2019). Financial performance and corporate social responsibility in the banking sector of Bahrain: Can engagement moderate? *Management Science Letters*, 9(10), 1529-1542
- Gallardo, M y Galarza,S. (2019) Relación entre la Responsabilidad Social Empresarial y el Desempeño Financiero en las Empresas Ecuatorianas que Cuentan con Informes de Sostenibilidad desde el Periodo 2014 al 2018.
- Gismera, L. y Vaquero, M. (2000). La responsabilidad social de las empresas en España: la acción social. *Papeles de Economía y Dirección*, 5, 1-8.
- Godfrey, P (2005). The relationship between corporate philanthropy and shareholder wealth: A risk management perspective. *Academy of Management Review*, 30(4), 777–798. <https://doi.org/10.5465/amr.2005.18378878>
- Gómez, F. (2008), Responsabilidad social corporativa y performance financiero: Treinta y cinco años de investigación empírica en busca de un consenso. *Principios: Estudios de Economía Política*, Vol. 11, pp. 5–24.

- González, M., Donate, M. y Guadamillas, F. (2014). El efecto del papel mediador de la reputación corporativa en la relación entre la RSC y los resultados económicos. *Revista De Estudios Empresariales. Segunda Época*, (1). <https://revistaselectronicas.ujaen.es/index.php/REE/article/view/1378>
- Gotsi, M. & Wilson, A. (2001). Corporate Reputation: seeking a definition. *Communications: An Internal Journal*, 6, 24-30.
- Govindan, K., Kilic, M., Uyar, A., & Karaman, A. (2021). Drivers and Value-Relevance of CSR performance in the Logistics Sector: A Cross-Country Firm-Level Investigation. *International Journal of Production Economics*, 231. <https://doi.org/10.1080/00220388.2019.1694144>
- Hernandez, N.; Garza, Z., González, L. y Zapata, Y. (2019). Dimensiones de la responsabilidad social empresarial: caso empresa procesadora de productos lácteos dimensions of corporate social responsibility: the case of dairy products processing companies. *Revista Internacional Administración & Finanzas*, 12(1), 1933–1608. https://www.theibfr.com/download/riaf/2019_riaf/riaf_v12n1_2019/RIAF-V12N1-2019-5.pdf
- Hernández, R, Fernández, C. y Baptista, P. (2010). Metodología de la investigación (6a. ed. --.). México D.F.: McGraw-Hill.
- Inoue, Y., & Lee, S. (2011). Effects of different dimensions of corporate social responsibility on corporate financial performance in tourism related industries. *Tourism Management*, 32(4), 790–804.
- Jo, H., & Na, H.(2012). Does CSR Reduce Firm Risk? Evidence from Controversial Industry Sectors, *Journal of Business Ethics*, 441-456 doi:10.1007/s10551-012-1492-2
- Kerlinger, E. (1979). Enfoque conceptual de la investigación del comportamiento. México, D.F: Nueva Editorial Interamericana. Actualmente se publica por McGraw—Hill Interamericana.
- KPMG (2017).International Cooperative (“KPMG International”), a Swiss entity. Member firms of the KPMG network of independent firms are affiliated with KPMG International.

- Kuldeep S. y Madhvendra M. (2020). Linking Corporate Social Responsibility (CSR) and Organizational Performance: the moderating effect of corporate reputation. Department of Management Studies, Indian Institute of Information Technology, Allahabad 211015, India
- Lăcrămioara, R., & Alan, W. (2018). Corporate Reputation: The Importance of Service Quality and Relationship Investment. *Springer International Publishing*.
- Lai, C., Chiu, C., Yang, C. & Pai, D. (2010). The effects of corporate social responsibility on brand performance: The mediating effect of industrial brand equity and corporate reputation. *Journal of Business Ethics*, 95(3), 457–469. <https://doi.org/10.1007/s10551-010-0433-1>
- Lichtenstein, D.; Drumwright, M. & Braig, B. (2004). The effects of corporate social responsibility on customer donations to corporate supported nonprofits. *Journal of Marketing*, Vol. 68, N° 4, pp. 16–32.
- Lizarzaburu, E y del Brío, J. (2020). Estrategias innovadoras: Responsabilidad social corporativa y confianza de los inversionistas, un estudio exploratorio en mercados emergentes. *Actualidad Contable Faces*, 23(41), 84-102.
- López, A., Ríos, M. y López, C. (2015). Ética y calidad laboral: Impacto en el desempeño empresarial. Un estudio empírico. *Holos*, 3(), 308-320. [fecha de Consulta 10 de Septiembre de 2022]. ISSN: 1518-1634. Disponible en: <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=481547178026>
- Mababu, R. (2010). Actitudes de los Empresarios y Directivos hacia la Responsabilidad Social Corporativa. *Revista de Psicología del Trabajo y de las Organizaciones*, vol. 26, núm. 2, agosto, 2010, pp. 101-114. Colegio Oficial de Psicólogos de Madrid, Madrid, España. Recuperado de <https://www.redalyc.org/pdf/2313/231316500002.pdf>
- Malla, C., Vega, S., Salcedo, V. y Sotomayor, J. (2021). Responsabilidad Social Empresarial en el sector financiero del Ecuador durante el período 2016 - 2019. e-ISSN 2528-8075/ VOL 6/No. 2/MAYO – AGOSTO/2021/pp. 47-55
- Margolis, J. & Walsh, J. (2003). Misery loves companies: rethinking social initiatives by business. *Administrative Science Quarterly*, Vol. 48, N° 2, pp. 268–305.

- Marquina, P. (2013). ¿Cuál es la situación actual de la RS en el Perú? *Estrategia*, 6(23), 68-73.
- Maxwell, S. y Delaney, H. (2000). *Designing experiments and analyzing data: A model comparison perspective*. Mahwah, NJ: Lawrence Erlbaum
- McWilliams, A y Siegel, D. (2001). Corporate social responsibility: a theory of the firm perspective. *Academy of Management Review*, Vol. 26, N° 1, pp. 117–127.
- MERCO. (2021). Monitor Empresarial de Reputación Corporativa. Recuperado el 7 de Septiembre de 2022, de Monitor Empresarial de Reputación Corporativa: <http://www.merco.info/pe/ranking-merco-responsabilidad-gobierno-corporativo>
- Meza, A. (2007). *La responsabilidad social empresarial como factor de competitividad*. Trabajo de grado. Pontificia Universidad Javeriana. Bogotá.
- Molina, E., Córdova, J., Meza, E, y López, P. (2017). La responsabilidad social empresarial en las empresas del Ecuador. Un test de relación con la imagen corporativa y desempeño financiero. *Ingeniería Industrial. Actualidad y Nuevas Tendencias*, (18), 23-44.
- Mozas, A. y Puentes, R (2010). La responsabilidad social corporativa y su paralelismo con las sociedades cooperativas. *Revista de Estudios Cooperativos*, (103),75-100. <https://www.redalyc.org/pdf/367/36715601004.pdf>
- Nava,R. y Marbelis, A. (2009). Análisis financiero: una herramienta clave para una gestión financiera eficiente. *Revista Venezolana de Gerencia (RVG)*, 14 (48), 606-628.
- Ochovo, R., Peña,D. y Ponce A. (2000). El cuadro de mando como instrumento de control en la gestión social: recursos humanos y medio ambiente. *Revista Española de Financiación y Contabilidad enero-marzo XXDI* (103): 107-147.
- Orlitzky, M., Schmidt, F., & Rynes, S. (2003). Corporate social and financial performance: A meta-analysis. *Organization Studies*, 24(3), 403–441. <https://doi.org/10.1177/0170840603024003910>
- Pedhazur,J. (1982). Multiple regression in behavioral research. *Explanation and prediction (2nd ed.)*. New York: Halt, Rinehart and Winston

- Pérez R. y Rodríguez Del B. (2011) La imagen de Responsabilidad Social Corporativa en un contexto de crisis económica: El caso del sector financiero en España.
- Pierce, C.A. (2004). Cautionary Note on Reporting Eta-Squared Values from Multifactor ANOVA Designs. *Educational and Psychological Measurement*, 64, 916-924.
- Platonova, E., Asutay, M., Dixon, R., & Mohammad, S. (2018). The Impact of Corporate Social Responsibility Disclosure on Financial Performance: Evidence from the GCC Islamic Banking Sector. *Journal of Business Ethics*, 451–471.
- Pompper, D. (2015). Corporate Social Responsibility, Sustainability and Public relations: negotiating multiple complex challenges. Routledge.
- Post, J, Preston, L & Sachs, S. (2002). Managing the extended enterprise: The new stakeholder view. *California Management Review*, Vol. 45, N° 1, pp. 6–28.
- Preston, L. & O’Bannon D (1997). The Corporate Social-financial performance relationship. *Business and Society* 36 (4): 419-429.
- Roman, R. et al. (1999). The relationship between social and financial performance. *Business and Society* 38 (1): 109-125.
- Sadeghi, G., Arabsalehi, M., & Hamavandi, M. (2016). Impact of corporate social performance on financial performance of manufacturing companies (IMC) listed on the Tehran Stock Exchange, *International Journal of Law and Management*, 58(6), 634-659 (2016) doi:<http://dx.doi.org/10.1108/IJLMA-06-2015-0029>
- Sarmiento, S. (2011). La responsabilidad social empresarial: Gestión estratégica para la supervivencia de las empresas. *Dimensión Empresarial*, 9(2), 6-15.
- Scherer, A. & Palazzo, G. (2011). The new political role of business in a globalized world: A review of a new perspective on CSR and its implications for the firm, governance, and democracy. *Journal of Management Studies*, Vol. 48, N° 4, pp. 899–931.
- Sen, S. & J. Cowley (2013). *Journal of Business Ethics* , 118 (2), 413-427.
- Superintendencia de Banca y Seguros (2022). Memoria anual [.https://www.sbs.gob.pe/Portals/0/jer/pub_InformeEstabilidad/InfEstFin_2022-1_v2.pdf](https://www.sbs.gob.pe/Portals/0/jer/pub_InformeEstabilidad/InfEstFin_2022-1_v2.pdf).

- Superintendencia de Banca y Seguros (2014). Memoria anual. https://www.sbs.gob.pe/Portals/0/jer/pub_memorias/SBS_Memoria_Anual_2014.pdf
- Tencati, A. y Zsolnai, L. (2009). The collaborative enterprise. *Journal of Business Ethics*, Vol. 85, N° 3, pp. 367–376.
- Terrazas, O. (2021) La minería y la Responsabilidad social corporativa en Perú y Latinoamérica.
- Tostes, M. y Chero, L. (2010). Análisis comparativo de la responsabilidad social en el sector financiero: estudios de caso en Perú y Brasil 2007–2009. *Derecho PUCP*, núm. 64, diciembre-junio, 2010, pp. 299-324 Pontificia Universidad Católica del Perú Lima, Perú
- Valenzuela, L. (2015). Prácticas de responsabilidad social, Reputación Corporativa y Desempeño Financiero. *Evaluado por el sistema double blind review*. Editora científica: Maria Antonia García Benau
- Villafañe, J. (2008). La buena reputación: Clave del valor intangible de las empresas. Madrid: Pirámide.
- Waddock, S. & Graves, S. (1997). The corporate social performance-financial performance link. *Strategic Management Journal*, Vol. 18, N° 4, pp. 303–319.
- Whetten, D., Rands, G. & Godfrey, P. (2001). “What are the responsibilities of business society?” En Pettigrew, A., Thomas, H. & Whittington, R. (Eds). *Handbook of strategy and management*. London: Sage Publications, 373 – 410.
- Yang, F; Lin, C. y Chang, Y. (2010), The linkage between corporate social performance and corporate financial performance. *African Journal of Business Management*, Vol. 4, N° 4, pp. 406–413.
- Youn, H., Hua, N., & Lee, S. (2015). Does size matter? Corporate social responsibility and firm performance in the restaurant industry. *International Journal of Hospitality Management*, 51, 127–134.
- Zedeck, S. (2002). An expanded scope for the Journal of Applied Psychology. *The Industrial Organizational Psychologist*, 40, 140-141

Zia, Asad & Asim (2018). La influencia de la responsabilidad social corporativa en el riesgo y el desempeño de la empresa: el papel mediador de la reputación de la empresa.

ANEXOS

Anexo 1. Relación de empresas del sistema financiero

Tipo de entidad	Nombre de la entidad
Banco	AGROBANCO
Banco	ALFIN BANCO
Banco	BANCO BBVA PERÚ
Banco	BANCO DE COMERCIO
Banco	BANCO DE CRÉDITO DEL PERÚ
Banco	BANCO DE LA NACIÓN
Banco	BANCO FALABELLA
Banco	BANCO GNB
Banco	BANCO INTERAMERICANO DE FINANZAS
Banco	BANCO PICHINCHA
Banco	BANCO RIPLEY
Banco	BANK OF CHINA (PERU)
Banco	CITIBANK DEL PERÚ
Banco	CORPORACIÓN FINANCIERA DE DESARROLLO - COFIDE
Banco	ICBC PERU BANK S.A.
Banco	INTERBANK
Banco	MI BANCO
Banco	SANTANDER PERÚ
Banco	SCOTIABANK PERÚ S.A.A.
Financiera	AMERIKA FINANCIERA S.A.
Financiera	COMPARTAMOS FINANCIERA S.A.
Financiera	CREDISCOTIA FINANCIERA S.A.
Financiera	FINANCIERA CONFIANZA S.A.A.
Financiera	FINANCIERA CREDINKA S.A.
Financiera	FINANCIERA EFECTIVA S.A.
Financiera	FINANCIERA OH
Financiera	FINANCIERA PROEMPRESA S.A.
Financiera	FINANCIERA QAPAQ
Financiera	MITSUI AUTO FINANCE
CRAC	CAJA RURAL DE AHORRO Y CRÉDITO CENCOSUD SCOTIA
CRAC	CAJA RURAL DE AHORRO Y CRÉDITO DEL CENTRO
CRAC	CAJA RURAL DE AHORRO Y CRÉDITO DEL CENTRO
CRAC	CAJA RURAL DE AHORRO Y CRÉDITO INCASUR
CRAC	CAJA RURAL DE AHORRO Y CRÉDITO LOS ANDES
CRAC	CAJA RURAL DE AHORRO Y CRÉDITO PRYMERA
CRAC	CAJA RURAL DE AHORRO Y CRÉDITO RAIZ
CMAC	CAJA MUNICIPAL AHORRO Y CRÉDITO AREQUIPA
CMAC	CAJA MUNICIPAL AHORRO Y CRÉDITO CUSCO
CMAC	CAJA MUNICIPAL AHORRO Y CRÉDITO HUANCAYO
CMAC	CAJA MUNICIPAL AHORRO Y CRÉDITO ICA
CMAC	CAJA MUNICIPAL AHORRO Y CRÉDITO MAYNAS
CMAC	CAJA MUNICIPAL AHORRO Y CRÉDITO PAITA
CMAC	CAJA MUNICIPAL AHORRO Y CRÉDITO PIURA
CMAC	CAJA MUNICIPAL AHORRO Y CRÉDITO SANTA
CMAC	CAJA MUNICIPAL AHORRO Y CRÉDITO SULLANA
CMAC	CAJA MUNICIPAL AHORRO Y CRÉDITO TACNA
CMAC	CAJA MUNICIPAL AHORRO Y CRÉDITO TRUJILLO

Fuente: Portal SBS. Elaboración propia.