

LA RESPONSABILIDAD SOCIAL DE LOS BANCOS Y LOS PRINCIPIOS RELIGIOSOS: PERCEPCIÓN DE PROFESIONALES EN LA ECONOMÍA Y LA TEOLOGÍA¹

Ahmad H. Juma'h
Escuela de Economía,
Recinto Metropolitano
Universidad Interamericana de Puerto Rico
San Juan, Puerto Rico

Ileana Meléndez
Escuela de Psicología
Recinto Metropolitano
Universidad Interamericana de Puerto Rico
San Juan, Puerto Rico

Ángel Vélez-Oyola
Director, Escuela de Teología
Recinto Metropolitano
Universidad Interamericana de Puerto Rico
San Juan, Puerto Rico

RESUMEN

Las instituciones financieras en todo el mundo han estado entre las empresas más afectadas por la actual crisis económica. Este trabajo explora la relación entre las actividades bancarias y el concepto de la responsabilidad social según perciben los profesionales de la economía y los profesionales de psicología para fines de comparación. Se utilizó una encuesta para la recopilación de los datos y la estadística descriptiva e inferencial para el análisis de los mismos. Los resultados indican que la mayoría de los participantes en los dos grupos (religiosos y económicos) están a favor de que los bancos cobren interés a personas necesitadas. No hay diferencias significativas, entre los grupos referente, a si se debe cobrar o no intereses con fines comerciales. También, los datos obtenidos demuestran que menos de la mitad de los participantes con afiliación religiosa apoyaron sus respuestas con textos bíblicos. La mayoría de los participantes coinciden en que, además de los servicios bancarios, las formas de cooperativas puedan ayudar a obtener fondos comerciales mejor que los servicios bancarios.

Palabras claves: Actividad bancaria, crisis financiera, responsabilidad social empresarial, tasa de interés.

¹ Por las sugerencias y comentarios, agradecemos a los profesores Antonio Lloréns, Félix Cué, Carlos Rivera Galindo de la Escuela de Economía, Prof. Jaime Santiago de la Escuela de Psicología, Profesor Luis Mayo de la Escuela de lenguas Modernas y los profesores Cesar Ramirez y Jeanene Coleson de la Escuela de Teología. También agradecemos a los líderes de las denominaciones religiosas por permitirnos el acceso para recopilar la información de la encuesta. Las ideas presentadas en este artículo son la responsabilidad exclusiva de los autores.

LA RESPONSABILIDAD SOCIAL DE LOS BANCOS Y LOS PRINCIPIOS RELIGIOSOS: PERCEPCIÓN DE PROFESIONALES EN LA ECONOMÍA Y LA TEOLOGÍA

INTRODUCCIÓN

La crisis financiera iniciada en el año 2008, ha afectado la mayoría de las empresas e en particular las instituciones financieras. En Estados Unidos, el Banco de la Reserva Federal (Fed) intervino en varias ocasiones para facilitar el funcionamiento del sistema bancario. A su vez, la crisis en los Estados Unidos afectó a los sistemas financieros de otros países. Además, los efectos de las medidas adoptadas por el gobierno federal de los Estados Unidos para minimizar la crisis económica no llegaron a lo deseado por los economistas y financieros entre otros. La crisis financiera se considera como una de las más fuertes desde la crisis de la gran depresión del 1929.

La respuesta en Puerto Rico a la crisis financiera ha sido la consolidación del sistema bancario. Esta reducción en el número de bancos se visualiza como un cambio positivo. Ejecutivos de la banca establecen que una mayor consolidación será beneficiosa a largo plazo porque convertiría al mercado en uno más atractivo y los bancos serían capaces de obtener un rendimiento de capital aceptable. El desafío que se presenta es cómo esta industria seguiría creciendo y aportando al crecimiento y desarrollo económico de la Isla.

Por otro lado, se considera que las instituciones financieras deben ser parte de la solución al problema financiero. Una aportación para identificar parte de la solución incentiva y justifica este trabajo que explora la percepción de los profesionales de la economía y los profesionales de psicología en Puerto Rico sobre la relación entre actividad bancaria y la responsabilidad social.

El trabajo está organizado en las siguientes secciones: la primera sección discute teóricamente la crisis financiera y la actividad bancaria. La segunda sección presenta aspectos relacionados al concepto de la responsabilidad social en el ámbito corporativo y la tercera sección identifica la metodología utilizada en este trabajo. La cuarta sección describe los datos recopilados en la encuesta y la última sección presenta el resumen y las conclusiones.

LA CRISIS FINANCIERA Y LA ACTIVIDAD BANCARIA

La actividad bancaria está asociada directamente con el crecimiento y desarrollo económico de los países y sus estados. El sistema bancario canaliza el capital necesario para realizar, transacciones comerciales y financiar el desarrollo de nuevos negocios y tecnologías en la economía (Harper y Chan, 2003). Los primeros bancos modernos fueron “Wisselbank” establecido en el 1609 y Banco de Inglaterra establecido en el 1694. Estos bancos financiaron la

expansión colonial del Reino Holandés y el Reino Unido entre los siglos XVII y XVIII. Estos financiamientos convirtieron a las ciudades de Ámsterdam y de Londres en los primeros centros financieros del mundo (Irwin, 1991). La banca no solamente ha participado en actividades económicas; también tienen relación con la política de los imperios. Por ejemplo el Banco de Inglaterra fue establecido para financiar la guerra de Guillermo de Orange en contra de Luis XIV (Webber, 1981).

El control ejercido por los gobiernos sobre la banca tiene también un efecto en los países menos desarrollados. Los países menos desarrollados usualmente tienen un sistema gubernamental que no protege adecuadamente la propiedad privada lo que se asocia con un menor ingreso per cápita en la población de estos países. Esto implica que para la economía capitalista de mercado es preferible tener poca regulación de los activos bancarios (La Porta, *et al.*, 2002; Barth, *et al.*, 2001, 2004).

La crisis financiera global ha revelado una conducta inapropiada en los mercados financieros. Las acciones ilegales de los gerentes financieros son difíciles de detectar, precisamente por los sistemas legales (Gobert y Punch, 2003; Orland, 1995; Simpson y Gibbs, 2007; Levi, 1987; Tomasic, 2000, 2005). La manipulación de datos financieros y la ineffectividad de las agencias reguladoras para detectar esa manipulación financiera en un tiempo razonable pueden agudizar la crisis financiera.

El nivel de capitalización de la banca es un factor importante en las regulaciones gubernamentales. Por ejemplo, las frecuencias de intervención y las restricciones impuestas a las actividades bancarias varían dependiendo del nivel de capitalización. Los bancos que son altamente capitalizados son menos auditados o menos intervenidos por las agencias reguladoras.

Una cultura de mínima regulación financiera en los mercados usualmente implica que muchas prácticas no deseadas (tales como la evasión contributiva, el lavado de dinero, y la utilización de la información interna para lucrarse), son más difíciles de detectar y pueden estar asociadas a la crisis de los mercados financieros. No obstante, la flexibilidad financiera (asociada a la poca regulación de las instituciones financieras) permite a las empresas enfrentar la incertidumbre que podría afectar el flujo de efectivo y la determinación de la estructura de capital.

LA RESPONSABILIDAD SOCIAL CORPORATIVA

La dimensión social de la empresa denominada actualmente como la Responsabilidad Social Corporativa nace en el siglo XIX. La evolución de lo que hoy se reconoce como Responsabilidad Social Corporativa ha pasado desde el discurso filosófico de los años '60 a una forma de gestión empresarial durante los años 80's. Algunos economistas, como Milton Friedman (1962) expusieron su enfoque en relación a este concepto. Friedman argumentó que en una economía de mercado, la responsabilidad social de la empresa consiste exclusivamente en utilizar eficientemente sus recursos productivos (incluyendo a los empleados) y realizar actividades orientadas a aumentar los beneficios de la empresa, sin infringir las leyes, ni las costumbres sociales.

La empresa se concibió como un conjunto de recursos materiales y humanos dispuestos para lograr de forma eficiente la producción y la distribución de bienes y servicios demandados por la sociedad. Después de la década del 70 del pasado siglo, se ha planteado una serie de iniciativas de orientación social conectadas tanto con el balance social, como con la aplicación de la ética al ámbito empresarial. La sociedad ha transcendido y se encuentra frente al abandono del concepto socialista y/o marxista de empresa explotadora, derivado de una mala interpretación de los fundamentos que subyacen al capitalismo.

Desde la perspectiva de la sociedad, la visión de la empresa ha evolucionado y ésta se ha convertido en un importante agente social, cuya contribución al bienestar colectivo ha sido sustentada con criterios éticos, dentro de un nuevo concepto de la empresa como unidad socioeconómica integral. La razón de esta transformación se fundamenta en que el Estado no puede asumir completamente la función social. Esto motivó a un grupo de empresarios a emprender voluntariamente la tarea de comenzar a adoptar comportamientos paternalistas los cuales fueron incorporados en sus empresas como parte de su modelo socioeconómico (Truño, 2006).

El modelo socioeconómico en el ámbito empresarial le asigna a la empresa una responsabilidad adicional que entrelaza el aspecto social con el aspecto económico. La responsabilidad social corporativa o empresarial se inserta dentro de una nueva concepción empresarial, según la cual, la empresa no está diseñada únicamente a trabajar con fines lucrativos, sino con el objetivo complementario de satisfacer necesidades de la sociedad. Simpson y Kohers (2002) defienden que la responsabilidad social corporativa mejora el rendimiento financiero de la empresa. Maignan (2001) especifica que este mejor rendimiento financiero es causa del aumento

significativo de las ventas, producido por una mayor fidelidad de los clientes. En la misma línea, Smith (2003) defiende una revalorización de la imagen y reputación de las empresas socialmente responsables. Además, también se refiere al aumento de la capacidad de atraer y retener trabajadores como un beneficio de la responsabilidad social corporativa, o el aumento del acceso al capital que han obtenido las compañías socialmente responsables (Hockerts y Moir, 2004).

Las definiciones apuntan a que es una estrategia empresarial para mejorar el entorno social, económico y ambiental en la Isla. Los académicos y practicantes tienen diversos argumentos sobre estas estrategias. Asimismo, las investigaciones empíricas son descriptivas y escasas (Mohr *et al.*, 2001). La relación positiva entre la responsabilidad social corporativa y la satisfacción de los clientes fueron apoyados parcialmente por investigaciones empíricas (Argenti *et al.*, 2005). La responsabilidad social corporativa se considera como un elemento esencial de las estrategias de mercadeo empresarial, en particular en el sector financiero (Pirch *et al.*, 2007; Cone *et al.*, 2003; Black y Strahan, 2001; Rowlands *et al.*, 2002; Goldstein y Nolan, 2001). Las empresas bancarias tratan de comunicar sus responsabilidades sociales a la comunidad mediante diferentes formas (Gore, 1988; Peterson y Hermans, 2004). Sin embargo, algunos clientes bancarios perciben que el sector de la banca no ejerce adecuadamente su responsabilidad social.

Algunas empresas tienen el objetivo de mantener ciertos grupos específicos satisfechos cuando la competencia se intensifica. En esa situación, las contribuciones relacionadas con responsabilidad social corporativa podrían influir en los clientes. (Lewis y Soureli, 2006; Bejou *et al.*, 1998). La interdependencia de las expectativas de los clientes hacia la responsabilidad social corporativa y cómo se percibe la calidad fueron verificados por algunos estudios (por ej. García de los Salmones, *et al.*, 2005; Brown y Dacin, 1997). Además, los gerentes adquieren más confianza en sus empresas después de establecer programas de responsabilidad social corporativa por lo que establecen factores internos tales como actitud, vigilancia y apego. Además, factores externos, como la confianza y la lealtad hacia las actividades de responsabilidad social corporativa. En industrias que dependen de la banca para su funcionamiento, los clientes perciben la calidad como función de la confianza (Lewis y Soureli, 2006).

LA RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL Y LOS PRINCIPIOS RELIGIOSOS

Los principios religiosos ejercen influencia en el sentir de los congregantes ante diversos asuntos a pesar de la separación “iglesia y estado”. Lo anterior se podría percibir en la forma en

que los líderes religiosos influyen en la sociedad sobre la aceptación y apoyo a las actividades de la banca. La literatura relacionada a la actividad social del sector de la banca es escasa al enfocar la relación entre la percepción de los líderes religiosos de distintas denominaciones, las profesiones en general y la responsabilidad de la empresa bancaria en la sociedad. Esto motiva a realizar estudios empíricos sobre la percepción de líderes religiosos y profesionales en cuanto a la actividad bancaria y la responsabilidad social de estas empresas.

Las iglesias cristianas en general han tenido el rol de sanar, educar, servir y pronunciarse a través de la Biblia. Los principios sociales de cada denominación religiosa buscan aportar a una sociedad próspera, justa y solidaria. Las iglesias a través de sus doctrinas, principios y dogmas apelan a determinado comportamiento ético-social y denuncian todo aquello que se aleja de sus preceptos. En las diversas versiones de la Biblia se encuentran referencias bíblico- teológicas relacionadas al concepto del interés, la justicia y los deberes del prójimo (Salmo 103:6, Romanos 3:24, Mateo 6:12, Éxodo 16, Lucas 12: 13-21, entre otros textos bíblicos).

En este sentido, las organizaciones religiosas (denominaciones) no están exentas de afirmar principios de responsabilidad social empresarial. Estos principios se afirman en documentos de creyentes. Por ejemplo, los empresarios cristianos de Chile han expresado lo siguiente: “La empresa debe caracterizarse por la capacidad de servir al bien común de la sociedad mediante la producción de bienes y servicios útiles. Además de una función económica, la empresa debe desempeñar una función social, creando oportunidades de encuentro, de colaboración y de valoración de las capacidades de las personas implicadas” (Unión Social de Empresarios Cristianos de Chile, 2012).

Por otro lado, las iglesias evangélicas o protestantes también tienen su opinión respecto a la actividad económica. Una de estas iglesias de mayor número de feligreses en Puerto Rico establece en su Libro de la Disciplina 2010 lo siguiente sobre la Comunidad Económica de la Isla:

“Declaramos que todos los sistemas económicos, al igual que los otros aspectos del orden creado, están bajo el juicio de Dios. Por lo tanto, reconocemos la responsabilidad de los gobiernos de desarrollar e implementar planes de acción fiscal y monetaria que provean para la vida económica de las personas y entidades incorporadas y que aseguren empleo completo e ingresos adecuados con un mínimo de inflación. Creemos que las empresas económicas privadas y públicas son responsables por los costos sociales de sus negocios, tales como el desempleo y la

contaminación del ambiente, y que deben ser responsabilizadas por estos costos. Apoyamos medidas que reduzcan la concentración de la riqueza en manos de unos pocos. Además apoyamos los esfuerzos por revisar las estructuras de impuestos y eliminar los programas gubernamentales que ahora benefician a los ricos a expensas de otras personas.”

En el 2012, el Consejo Latino Americano de Iglesias (CLAI) identidad que nuclea el mayor número de iglesias evangélicas en el continente equivalente en el mundo católico al CELAM durante la Conferencia sobre la Declaración de Sao Paulo: Transformación Financiera Internacional para la Economía de la Vida se mencionó que la modernidad ha traído consigo un modelo económico basado en la ganancia y el interés personal desvinculados de la fe y la ética. En la última década este Consejo ha animado el estudio, la reflexión y la acción de las iglesias y el movimiento ecuménico sobre la relación entre fe, economía y sociedad. Esta afirmación está inspirada en los retos de la deuda externa, el incremento de la pobreza, la crisis ambiental y ecológica que se está experimentando con más fuerza en los últimos tiempos en las comunidades y en el continente. En particular, hay que mencionar la crisis económica actual que también afectó las economías de alto ingreso en el 2008 y lanzó a millones de personas de todo el universo a la pobreza. También, el Consejo lamentó la forma en que la legislación y el control económico y financiero están parcializados a favor de los ricos.

Entre las recomendaciones ofrecidas en el Consejo Latino Americano de Iglesias, se incluyen las siguientes: indicadores alternativos del bienestar económico, regulación del sector financiero, impuestos a transacciones financieras, garantizar el acceso a los servicios financieros básicos mayormente a los sectores pobres y marginados, políticas de inversiones y desarrollo sostenible, impuestos progresivos y no progresivos, entre otros cambios estructurales de gobierno. Todo esto pone el énfasis en la responsabilidad social de las instituciones bancarias.

METODOLOGÍA

Los datos fueron recopilados mediante una encuesta desarrollada para este estudio se distribuyó a estudiantes graduados y a profesores de la Escuela de Economía y la Escuela de Psicología del Recinto Metropolitano de la Universidad Interamericana. Se consideraron los profesionales en las ciencias económicas y administrativas porque se entiende que las personas con estudios en estas áreas podrían tener un conocimiento de las situaciones económicas que

enfrentan muchos países subdesarrollados y desarrollados desde el 2008 en comparación con otros grupos de población.

La encuesta utilizada incluye preguntas cerradas (de una escala de uno a cinco) y preguntas abiertas. Se divide en tres secciones. La Sección A tiene 8 preguntas que solicitan los datos demográficos de los participantes en donde se incluye el género, el grupo religioso, la posición de liderazgo, las certificaciones y el nivel educativo. La Sección B tiene 6 preguntas y buscan que el participante describa la importancia de la actividad bancaria en el ámbito social. Esa sección incluye la relación entre la banca y la satisfacción de las necesidades de la sociedad. La Sección C contiene 10 preguntas para que el participante describa la relación entre las actividades bancaras actuales y los principios religiosos.

Para propósito de validación de la encuesta, cinco profesores de la Escuela de Economía y cinco profesores de la Escuela de Teología y líderes religiosos validaron el contenido de la encuesta en su totalidad. La metodología utilizada para analizar la información obtenida con el instrumento incluye la estadística descriptiva (promedios, varianza, desviación estándar, mínimo, máximo) y la estadística inferencial fue utilizada para comparar las percepciones sobre la responsabilidad social de la banca mediante la prueba-t.

DESCRIPCIÓN DE LOS DATOS

La muestra estudiada incluyó miembros de la Escuela de Economía y la Escuela de Teología del Recinto Metropolitano de la Universidad Interamericana y un grupo de religiosos de distintas denominaciones. Los participantes incluyen estudiantes y profesores en las dos disciplinas o áreas relacionadas. Un total de 108 encuestas completadas proveyeron los datos para el correspondiente análisis. La Tabla 1 presenta la distribución de género en cada uno de los grupos: económico y religioso. La muestra total se dividió en un 33% del género femenino y un 67% del género masculino. Las contestaciones estuvieron distribuidas de la siguiente forma: 50 en la Escuela de Economía y 58 en la Escuela de Teología, respectivamente.

Tabla 1: *La distribución de género en la muestra*

Género	Femenino		Masculino		Total
	Número	%	Número	%	
Económica	22	44%	28	56%	50
Religiosa	14	24%	44	76%	58
Total	36	33%	72	67%	108

La Tabla 2 describe la denominación religiosa a la que pertenecen los participantes. La mayoría de los participantes en el grupo religioso son Protestantes/Evangélicos. En la clasificación en la encuesta titulada otra denominación cristiana, la mayoría de los participantes indicaron que son de la iglesia Adventista.

Tabla 2: *Participantes que pertenecen a denominación religiosa*

Clasificación	Católica		Protestante/Evangélica		Otra Cristiana		Total
	Número	%	Numero	%			
Económica	42	84%	8	16%			50
Religiosa	10	17%	30	52%	18	31%	58
Total	52	48%	38	35%	18	17%	108

La Tabla 3 indica que la mayoría de los participantes pertenecen a alguna denominación religiosa de más de 100 afiliados. En la clasificación Escuela Economía, el 22% (11 de 50) no son afiliados a una iglesia particular.

Tabla 3: *Clasificación de las iglesias*

Clasificación	Pequeña	Mediana	Grande	Ninguna	Total
Económica	7	3	29	11	50
Religiosa	7	13	38		58
Total	14	16	67	11	108

En la Tabla 4, la muestra del grupo religioso indica que 48 de 58 (83%) participantes tienen funciones religiosas dentro de sus organizaciones religiosas y 46 de 58 (79%) participantes tienen o están en proceso de tener grado académico.

Tabla 4: Clasificación de participantes en términos de *función religiosa, certificación/licencia religiosa o grado académico religioso/teólogo*

Categoría	Sí	No	En proceso	Total
Función religiosa	48	10	-	58
Certificación/Licencias	39	19	-	58
Grado académico	33	13	12	58

La Tabla 5 presenta la percepción de los participantes sobre la actividad bancaria relativo a varias aseveraciones específicas sobre la contribución al crecimiento económico de Puerto Rico, la satisfacción de las necesidades de obtener residencias con bajos intereses, la facilitación de fuentes de recursos financieros para emprendedores y la satisfacción de los clientes. En estas

aseveraciones, los dos grupos (económicas y religiosas), en promedio, se difieren entre sí en forma estadísticamente significativa ($\alpha = 0.05$). En todas las aseveraciones indicadas arriba, la percepción de los participantes clasificados en la Escuela de Economía es menor, en promedio, que la percepción de los participantes clasificados en la Escuela de Teología.

En las aseveraciones relativas a: la ayuda a las entidades benéficas en la Isla y la utilización apropiada de los recursos naturales y del ambiente, el promedio de la percepción de los dos grupos no se difiere en forma estadísticamente significativa ($\alpha = 0.05$). En esas dos aseveraciones la percepción de los participantes en el grupo económicos es, en promedio, menor que la percepción de los participantes religiosos.

Tabla 5: *Percepción de los participantes sobre la actividad bancaria*

Clasificación	Económica			Religiosa			t-test*
	N	Promedio	Des. Stand	N	Promedio	Des. Stand	
El nivel de cumplimiento por parte de la banca con la relación a							
La contribución al crecimiento económico de la Isla	48	2.86	1.17	53	3.6	0.96	2.4*
La contribución a satisfacer las necesidades de obtener residencias con bajos intereses a los ciudadanos	49	2.43	0.95	54	3.17	1.15	2.5*
La facilitación de fuentes de recursos financieros para los emprendedores, pequeños y medianos comerciantes	48	2.4	0.97	53	3.04	1.15	2.1*
La ayuda a las entidades benéficas en la Isla	41	2.95	1.04	56	3.11	1.24	0.4
La utilización apropiada de los recursos naturales y del ambiente	39	2.69	1.02	52	3.11	1.2	1.2
El aumento continuo en la satisfacción de los clientes de las instituciones financieras	48	2.48	1.12	53	3.23	0.9	2.6*

“*” La diferencia es significativa con $\alpha = 0.05$.

Según el criterio religioso de los participantes, el 58% y el 59% del grupo económico y del grupo religioso, respectivamente, afirman que se debe cobrar una tasa de interés por parte de la banca a todas personas necesitadas. Los dos grupos no difieren en la contestación si se debe cobrar

interés para fines comerciales. La mayoría de los dos grupos perciben que las formas de cooperativas o sociedades pueden ayudar a obtener fondos comerciales mejor que los servicios bancarios actuales (ver Tabla 6).

La mayoría de los participantes (en los dos grupos) confirman que se debe limitar cobrar intereses a un nivel razonable. El 17% del total de los participantes del grupo de profesionales de economía no contestaron la pregunta relacionada al por ciento de interés. El 60% de estos participantes indican que debe limitarse a una tasa menor del 5%. El restante 23% indican que debe limitarse al 10% de interés. Los resultados para el grupo del sector religioso solamente 31 de 58 participantes indicaron el nivel de la tasa de interés propuesta. En este grupo 16 personas indicaron que debe limitarse la tasa de interés al 5%, 13 personas sugirieron el 10% de interés y 2 personas el 15% de interés.

Tabla 6: *Criterios religiosos y el cobro de interés por parte de la banca*

Clasificación	Económica				Religiosa			
	N	Sí	No	Desconozco	N	Sí	No	Desconozco
Según el criterio religioso de los participantes								
¿Se debe cobrar intereses por prestar dinero a una persona necesitada?	49	28	20	1	58	33	23	2
¿Puede usted sostener su repuesta por alguna escritura, principio religioso o texto bíblico?	47	5	23	19	56	38	13	5
¿Se debe cobrar intereses por prestar dinero para fines comerciales a miembros que pertenecen a su religión?	49	44	4	1	58	38	15	5
¿Se debe cobrar intereses por prestar dinero para fines comerciales a personas que no pertenecen a su religión?	49	43	4	2	58	36	16	6
¿Puede usted sostener su repuesta por alguna escritura, principio religioso o texto bíblico?	47	4	23	20	55	26	20	9
¿La tasa de interés debe limitarse a un nivel razonable?	46	44	2	-	53	38	11	4
¿Las formas de cooperativas o sociedades pueden ayudar a obtener fondos comerciales mejor que los servicios bancarios actuales?	47	31	5	11	58	39	13	6

Por otro lado, El 75% del grupo religioso contestó que pueden “sostener” sus contestaciones basados en alguna escritura o texto bíblico. Solamente 5 participantes del grupo económico contestó que pueden “sostener” sus respuestas por alguna escritura religiosa o texto

bíblico. La tabla 7 presenta los textos bíblicos citados como base a sus respuestas a la pregunta formulada y la frecuencia en la que fueron mencionados por los participantes de ambos grupos.

Tabla 7: *Textos Bíblicos citados y frecuencia de respuestas*

Texto Bíblico	Frecuencia	Texto Bíblico	Frecuencia
Timoteo 5:18	1	Mateo 25:27	2
Lucas 10:27, 19	1	Ezequiel 18:13	2
Ezequiel 22:29	1	Proverbios 28:8	2
Santiago 4:13	1	Mateo 17:24	3
Salmos 15:5	1	Éxodo 22:25	3
Reyes 4	1	Nehemías 5	3
Proverbios 14:31, 22:27	1	Marcos 12:13	3
Job 24:3, 29, 12-13	1	Levítico 25: 35-36	3
Romanos 13: 7-8	1	Mateo 25: 13-31	4
Deuteronomio 15: 6-8, 24:6,	1	Deuteronomio 23: 19:22	4
Samuel 21:4	1		

RESUMEN Y CONCLUSIONES

La crisis financiera desde el año 2008 se encuentra impactando a muchos sectores y en particular a los mercados reales. El impacto de esta crisis genera repercusiones en varias dimensiones dentro del marco económico internacional. Este trabajo exploró la relación entre las dificultades financieras, las actividades bancarias y el concepto de la responsabilidad social percibido por líderes y/o afiliados en el sector religioso y se consideró a los profesionales de la economía como grupo de comparación. Se utilizó la encuesta para la recopilación de los datos y la estadística descriptiva para el análisis de los mismos.

En promedio, la percepción de los participantes en el sector religioso con relación a la actividad bancaria y su importancia es mayor que la percepción de los profesionales de la economía. La importancia de las actividades bancarias en relación a la responsabilidad social es menor para el grupo que estudia la economía que el promedio que estudia la teología o religión. La mayoría de los participantes en el grupo religioso indican que los bancos deben cobrar intereses a los necesitados, emprendedores y no perciben diferencias entre los afiliados y los no afiliados a las iglesias.

La percepción de los líderes religiosos sobre la actividad bancaria influye en las decisiones vitales de sus seguidores. Por lo tanto, explorar la percepción de este sector puede ayudar a redirigir

las actividades de la banca y su proyección a la sociedad. Esto motiva a continuar futuros proyectos de investigación relacionado a este tema.

Las limitaciones de este trabajo consisten principalmente en el aumento del tamaño de la muestra. En cuanto a las recomendaciones derivadas de este estudio se recomienda ampliar la muestra para incluir sectores cristianos y no cristianos, lo que permitiría explorar las diferencias en la percepción sobre la importancia del sector bancario en el crecimiento y desarrollo económico en Puerto Rico. También se recomienda identificar variables asociadas a las posibles diferencias en las interpretaciones religiosas y/o cristianas sobre el cobro de interés y usura. Otro ángulo que se deriva de los resultados de este trabajo consiste en profundizar en la influencia del cooperativismo sobre desarrollo económico en Puerto Rico en vinculación al mundo religioso.

REFERENCIAS

- Argenti, P.A., Howell, R.A. & Beck, K.A. (2005), "The strategic communication imperative", MIT Sloan Management Review, Spring, 30-9.
- Barth, J. R., Caprio, J. G., & Levine, R. (2001). The Regulation and Supervision of Banks around the World: A New Database. *Brookings-Wharton Papers on Financial Services*, 183-240.
- Barth, J. R., Caprio, J. G., & Levine, R. (2004). Bank Regulation and Supervision: What Works Best? Bank Capital Adequacy Regulation Under the New Basel Accord. *Journal of Financial Intermediation*, 13(2), 205-248.
- Bejou, D., Ennew, C.T. & Palmer, A. (1998), "Trust, ethics and relationship satisfaction", *International Journal of Bank Marketing*, Vol. 16 No. 4, 170-5.
- Black, S.E. & Strahan, P. (2001), "The division of spoils: rent sharing and discrimination in a regulated industry", *The American Economic Review*, Vol. 91 No. 4, 814-31.
- Brown, T.J. & Dacin, P.A. (1997), "The company and the product: corporate associations and consumer product responses", *Journal of Marketing*, Vol. 61, January, 68-84.
- Concilio Latinoamericano de Iglesias (2012). *La Declaración de Sao Paulo: Transformación Financiera Internacional para la Economía de la Vida*. Recuperado el 2 de marzo de 2013 en: http://www.claiweb.org/fes/2012/SaoPauloDeclaration_SP.pdf
- Cone, C.L., Feldman, M.A. & DaSilva, A.T. (2003), "Causes and effects", *Harvard Business Review*, Vol. 81 No. 7, 95-101.
- Friedman, M. (1962), "*Capitalismo y Libertad*", Rialp, Madrid.
- García de los Salmones, M.d.M., Crespo, A.H. & del Bosque, I.R. (2005), "Influence of corporate social responsibility on loyalty and valuation of services", *Journal of Business Ethics*, Vol. 61 No. 4, 369-85.
- Gobert, J. & Punch, M. (2003), *Rethinking Corporate Crime*, Butterworths LexisNexis, London.
- Goldstein, R.C. & Nolan, R.L. (2001), "Preparing for the privacy police", *Harvard Business Review*, Vol. 79 No. 6, 150-7.
- Gore, J.P. (1988), "First Fed ad emphasizes community ties", *Bank Marketing*, Vol. 30 No. 3, 13.
- Harper, I. & Chan, T. (2003), "The future of banking", in Gup, B. (Ed.), *The Future of Banking*, Quorum Books, Westport, CT.
- Hockerts, K. & Moir, L. (2004) "Communicating Corporate Responsibility to Investors: The Changing Role of the Investor Relations function" *Journal of Business Ethics*, 52(1).85-98

- Iglesia Metodista de Puerto Rico. (2010). *Libro de la Disciplina: Normas Doctrinales y Principios Básicos*, 66-67.
- Irwin, D. A. (1991). Mercantilism as Strategic Trade Policy: The Anglo-Dutch Rivalry for the East India Trade. *The Journal of Political Economy*, 99(6), 1296-1314.
- La Porta, R., Lopez-De-Silanes, F., & Shleifer, A. (2002). Government Ownership of Banks. *Journal of Finance*, 57(1), 265-301.
- Levi, M. (1987), *Regulating Fraud – White-collar Crime and the Criminal Process*, Tavistock, London.
- Lewis, B.R. & Soureli, M. (2006), “The antecedents of consumer loyalty in retail banking”, *Journal of Consumer Behavior*, Vol. 5, February, 15-31.
- Maignan, I. (2001) “Consumers perceptions of Corporate Social Responsibilities: A Cross-Cultural Comparison” *Journal of Business Ethics*, 30(1). 57-72.
- Marx, K. (1887/2010). *The process of capitalist production as a whole*: CosimoBooks.com.
- Mohr, L.A., Webb, D.J. & Harris, K.E. (2001), “Do consumers expect companies to be socially responsible? The impact of corporate social responsibility on buying behavior”, *The Journal of Consumer Affairs*, Vol. 35 No. 1, 45-72.
- Orland, L. (Ed.) (1995), *Corporate and White Collar Crime: An Anthology*, Anderson, Cincinnati, OH.
- Peterson, R.T. & Hermans, C.M. (2004), “The communication of social responsibility by US banks”, *The International Journal of Bank Marketing*, Vol. 22 No. 3, 199-211.
- Pirch, J., Gupta, S. & Grau, S.L. (2007), “A framework for understanding corporate social responsibility programs as a continuum: an exploratory study”, *Journal of Business Ethics*, Vol. 70 No. 2, 125-40.
- Rowlands, I.H., Parker, P. & Scott, D. (2002), “Consumer perceptions of green power”, *The Journal of Consumer Marketing*, Vol. 19 No. 3, 112-29.
- Simpson, G. & Gibbs, C. (Eds) (2007), *Corporate Crime*, Ashgate, Aldershot.
- Simpson, W. & Kohers, T. (2002) “The Link between Corporate Social and Financial Performance Evidence from the Banking Industry” *Journal of Business Ethics*, 35(2).97-109.
- Smith, N. (2003) “Corporate Social Responsibility: Whether or How?” *California Management Review*, 45(4).52-76
- Tomasic, R. (2000), “Corporate crime and its regulation: issues and prospects”, in Chappell, D. and Wilson, P. (Eds), *Crime and the Criminal Justice System in Australia: 2000 and Beyond*, Butterworths, Sydney, 259-70.
- Tomasic, R. (2005), “From white-collar crime to corporate crime and beyond: the limits of law and theory”, in Chappell, D. and Wilson, P. (Eds), *Issues in Australian Crime and Criminal Justice*, LexisNexis, Sydney, 252-67.
- Tomasic, R. (2006), “The challenge of corporate law enforcement – future directions for corporations law in Australia”, *University of Western Sydney Law Review*, Vol. 10, 1-23.
- Tomasic, R. (2009), “Raising corporate governance standards in response to corporate rescue and insolvency”, *Corporate Rescue & Insolvency*, Vol. 2, 5-9.
- Truño & Gual, J. (2006). *La Responsabilidad Social Corporativa en la Gestión Empresarial*. III Jornada de Pre-Comunicaciones a Congresos de Economía y Administración de Empresas, Autónoma de Barcelona University, Barcelona
- Unión Social de Empresarios Cristianos de Chile (2012). *Doctrina Social de la Iglesia y sus principios*. Recuperado en 2 de febrero de 2012 en: <http://www.es.catholic.net/empresarioscatolicos/436/933/articulo.php?id=44165>
- Webber, M. (1981). Chapter XX: Banking and Dealings in Money in the Pre-Capitalistic Age *General Economic History* (pp. 254-266): Transaction Publishers.