

CIENCIAMATRIA

Revista Interdisciplinaria de Humanidades, Educación, Ciencia y Tecnología

Año VII. Vol. VII. N°12. Enero – Junio. 2021

Hecho el depósito de ley: pp201602FA4721

ISSN-L: 2542-3029; ISSN: 2610-802X

Universidad Nacional Experimental Francisco de Miranda (UNEFM). Santa Ana de Coro. Venezuela

Jacqueline Anabel Pineda-Cajilima; Juan Carlos Erazo-Álvarez; Juan Edmundo Álvarez-Gavilanes
Jorge Vinicio Cárdenas-Muñoz

[DOI 10.35381/cm.v7i12.447](https://doi.org/10.35381/cm.v7i12.447)

Impacto de la Responsabilidad Social Empresarial en el Sector Financiero

Impact of Corporate Social Responsibility in the Financial Sector

Jacqueline Anabel Pineda-Cajilima

japinedac30@est.ucacue.edu.ec

Universidad Católica de Cuenca, Cuenca
Ecuador

<https://orcid.org/0000-0001-8696-9768>

Juan Carlos Erazo-Álvarez

jcerazo@ucacue.edu.ec

Universidad Católica de Cuenca, Cuenca
Ecuador

<https://orcid.org/0000-0001-6480-2270>

Juan Edmundo Álvarez-Gavilanes

juan.alvarezg@ucacue.edu.ec

Universidad Católica de Cuenca, Cuenca
Ecuador

<https://orcid.org/0000-0003-0978-3235>

Jorge Vinicio Cárdenas-Muñoz

jvcardenasm@ucacue.edu.ec

Universidad Católica de Cuenca, Cuenca
Ecuador

<https://orcid.org/0000-0001-6905-9025>

Recibido: 01 de octubre de 2020

Aprobado: 15 de diciembre de 2020

CIENCIAMATRIA

Revista Interdisciplinaria de Humanidades, Educación, Ciencia y Tecnología

Año VII. Vol. VII. N°12. Enero – Junio. 2021

Hecho el depósito de ley: pp201602FA4721

ISSN-L: 2542-3029; ISSN: 2610-802X

Universidad Nacional Experimental Francisco de Miranda (UNEFM). Santa Ana de Coro. Venezuela

Jacqueline Anabel Pineda-Cajilima; Juan Carlos Erazo-Álvarez; Juan Edmundo Álvarez-Gavilanes
Jorge Vinicio Cárdenas-Muñoz

RESUMEN

El objetivo del artículo es determinar el impacto que está generando la aplicación de programas de responsabilidad social en la comunidad, en la resolución de conflictos y en crecimiento del país. La metodología empleada fue de tipo descriptiva, teniéndose como muestra poblacional, 76 empleados de bancos nacionales. Al identificar el impacto que producen los programas mencionados anteriormente, se puede concluir que dichas organizaciones están cumpliendo con las normativas vigentes, que la sociedad y el país están siendo beneficiadas de dichos proyectos pues no solo se ha tenido la participación de sus empleados mediante el voluntariado sino que también ha sido abierta al público pues la comunidad en general ha sido participe de dichos programas, sin embargo, carecen de una fuente presida para la publicación de los resultados obtenidos al aplicar dichos programas de ahí que su sostenibilidad financiera está en duda.

Descriptor: Responsabilidad social; comportamiento social; instituciones financieras. (Palabras tomadas del Tesoro UNESCO).

ABSTRACT

The objective of the article is to determine the impact that the application of social responsibility programs is generating in the community, in the resolution of conflicts and in the country's growth. The methodology used was descriptive, having as a population sample, 76 employees of national banks. By identifying the impact produced by the aforementioned programs, it can be concluded that said organizations are complying with current regulations, that society and the country are benefiting from said projects, since not only has their employees participated through volunteering It has also been open to the public since the community in general has been a participant in these programs, however, they lack a presiding source for the publication of the results obtained by applying these programs, hence their financial sustainability is in doubt.

Descriptor: Social responsibility; social behaviour; financial institutions; creativity. (Words taken from the UNESCO Thesaurus).

INTRODUCCIÓN

La responsabilidad social empresarial nace a mediados del siglo XX, pues las empresas y las personas reconocen el daño y los riesgos que estaban causando con su funcionamiento inadecuado; toman en cuenta la importancia y el impacto que se tiene al contribuir con la comunidad y el medioambiente proponiendo tanto normas internas como externas (Yauri-Santos, et al., 2020). Se entiende entonces por responsabilidad social a los impactos y las decisiones que una organización ocasione a la sociedad y al medioambiente mediante un comportamiento ético y transparente.

Una organización debe contribuir en el desarrollo de la comunidad y del país, para ello se debe incluir aspectos importantes como la salud el cuidado del ecosistema tomando en consideración que se debe buscar en bienestar para la sociedad y sus partes interesadas; Los principios que se apliquen en los proyectos que se elaboran de responsabilidad social deben cumplir con la legislación aplicable, a su vez tiene que ser coherente con la normativa internacional; por lo mismo debe estar comprometida toda la organización.

Se determina que la responsabilidad social es un tema que ha generado gran impacto en todas las organizaciones de esta manera la mayoría de instituciones financieras se han enfocado como un modelo de gestión mediante la cual pretende mejorar las necesidades de sus clientes y de la sociedad mejorando aspectos sociales para de esta manera generar valores tanto de la institución como de la sociedad. La responsabilidad social aplicada al sector financiero se puede decir que influye directamente pues dichas instituciones están enfocadas en contribuir con el desarrollo del país mediante la otorgación de créditos que ayudan a las organizaciones a seguir en funcionamiento provocando un impacto en la sociedad o en el ambiente.

La responsabilidad social en el sector financiero la Constitución de la República (2008) en el artículo 278 inciso dos señala: “Para la consecución del buen vivir, a las personas y a las colectividades, y sus diversas formas organizativas, les corresponde:” “2. Producir,

intercambiar y consumir bienes y servicios con responsabilidad social y ambiental”, lo cual procura una protección integral al medio ambiente. Con la modernización del sistema financiero dejando atrás los viejos conceptos y prácticas tradicionales, con la innovación de la tecnología el manejo prudente y profesional de su administración; Para establecer las políticas de responsabilidad social las instituciones financieras se han regido a las normas ISO 2600 creando así políticas de desarrollo de cada programa de responsabilidad social con los que se diferencias a cada institución del sector financiero, con la finalidad de establecer lineamientos claros, éticos, económicos, sociales y ambientales.

Una entidad financiera es un interviniente tanto para personas naturales y jurídicas una de las políticas principales es mantener una organización saludable con altos estándares de seguridad centrando sus actividades no solo en el desarrollo en la generación de riqueza sino que también precautelar la salud de sus trabajados, los daños ambientales esto se lo puede logara mediante una gestión adecuada y el cumplimiento de las leyes vigentes (Banco Pichincha, 2020).

Las instituciones financieras han centrado sus principios de responsabilidad social en tres enfoques: social, ambiental y económico; el enfoque social se puede decir que se ha promovido el deporte, la salud y la cultura para diferentes grupos de interés; en el enfoque ambiental tiene su participación en el cuidado de áreas verdes así también se ha fomentado el reciclaje tanto interno como externo; en el ámbito económico generando no solo sostenibilidad empresarial si no también apoyando a los pequeños empresarios a llevar una economía responsable (Banco del Austro, 2020). De ese modo, las instituciones financieras llevan a cabo sus programas de responsabilidad social sin embargo no existe una medición adecuada para conocer el impacto de estos programas en sus grupos beneficiarios.

El objetivo del artículo es determinar cuál es el impacto que está generando la aplicación de programas de responsabilidad social en la comunidad, en la resolución de conflictos

y en crecimiento del país dicho impacto será determinado aplicando encuestas a los usuarios financieros.

Referencial Teórico

Responsabilidad social empresarial, inicio, tipos, evolución

Se sabe que la responsabilidad social empresarial no es un tema nuevo dentro de las organizaciones pues varias se han enfocado en generar lineamientos de aplicación más bien lo que se toma en cuenta es el grado de aplicación y los beneficios significativos tanto para la empresa como para la comunidad, es necesario saber cómo ha evolucionado la responsabilidad social a lo largo del tiempo y así los beneficios e impactos que se genera al aplicarlo y así también conocer los tipos de responsabilidad social.

Por otro lado, (Gilli, 2006) menciona en su artículo que la responsabilidad social nace a raíz del crecimiento industrial pero ya en términos más actuales se da en el año de 1960. La responsabilidad social se tuvo sus inicios en Estados Unidos y Europa se enmarcaron en las donaciones a las localidades vulnerables pues se centralizaban en proyectos importantes; En la mitad de los noventa la responsabilidad social se enfoca en resolver conflictos de ciertos grupos empresariales lo que generaban rentabilidad; Al ver los resultados que se obtenían en los países del exterior, el Ecuador adopta este modelo en las empresas públicas y privadas generando gran expectativa pues los resultados esperados eran mayores (Yauri-Santos, et al., 2020).

En 1953 se elabora un cuestionario mediante el cual los empresarios podían asumir cierta responsabilidad con la sociedad, pues mediante la misma se determinada que tipo de impacto estaba provocando las empresas en la sociedad de ahí que se incluye políticas tanto internas como externas con la finalidad de establecer objetivos y valores en la sociedad (Raufflet, et al., 2012).

En 1971 se establecen cuatro visiones importantes dentro del concepto responsabilidad social ; en el primero se señala la importancia que tienen las empresas en el entorno en el que desempeñan sus actividades; la segunda tiene relación a los programas de responsabilidad social con el objetivo de generar ganancias; la tercera señalan la generación de máximas ganancias sin medir su accionar sea en el ámbito empresarial como en lo social; y por último en la cuarta visión tiene relación al peso que tiene los grupos de interés y la generación de la riqueza (Raufflet, et al., 2012).

En 1979 se realizó la recolección de información de 500 empresas más influyentes por la revista Fortune en la que se reportó 6 temas importantes en los que se señala: Ambiental, Igualdad de Oportunidades, Personal, Integración de la comunidad, Productos, otros. De ahí que Drucker plantea que la para una buena gestión de Responsabilidad social por parte de las empresas deben convertir el aplicar la responsabilidad social en oportunidades para generar negocios, pues generarían competencias, empleos y oportunidades para acceder al servicio de salud de ahí que se centró a la responsabilidad social en tres dimensiones: Responsabilidad social empresarial, problemas sociales y acciones responsables de las empresas (Raufflet, et al., 2012).

Al aplicar la responsabilidad social en las empresas de todo tipo se tiene que identificar ciertos problemas como son medioambiente, analfabetismo, etc. Tratando de entender a la sociedad y buscando una solución a estos conflictos basándose en principios de transparencia sostenibilidad siendo su meta el desarrollo del ser humano y el entorno que lo rodea generando así impactos positivos (Viteri-Moya, 2010). Por otro lado, Valera (2008) dice que:

Aplicar responsabilidad social dentro de las organizaciones se necesita que tanto las empresas, el gobierno y la comunidad en general trabajen por el bienestar común pues se trata de recuperar ciertos elementos que son de vital importancia para el desarrollo y la paz (p.56).

Se podría decir entonces que la responsabilidad social puede llegar a determinar una buena reputación para las empresas que la apliquen pues pueden generar una buena reputación mejorando así su imagen corporativa y no quedar solo en apariencias; para ello se debe evaluar que los montos destinados al mejoramiento de dichos intereses comunes sean los adecuados y que estén acorde a los balances financieros presentados, es así como las instituciones financieras lograrían credibilidad financiera (Gilli, 2006).

La imagen corporativa se podría definir como todo lo que hace la organización la forma de comunicación hacia su entorno generando un vínculo que permite mantener una relación directa determinando así un complemento entre la organización y la comunidad. La imagen corporativa depende en su creación, implementación y sostenibilidad de la estrategia que la organización aplique y, por tanto, del comité directivo y de la dirección general. La gestión de la imagen corporativa requiere el mismo conocimiento que el necesario para cualquier función en la empresa. La controla la parte de la organización que tiene una mayor visión sistémica (García-del Junco, et al., 2014).

Los problemas sociales muchas de las veces no son atendidas por los funcionarios del estado, estos desafíos no siempre pueden resolverse satisfactoriamente pues para obtener el bienestar común se necesita trabajar en conjunto es decir la sociedad y el gobierno, para ello también es necesario que las empresas trabajen de acuerdo a su ética empresarial y bajo las normativas vigentes (Gilli, 2006).

Según (González, et al., 2017), nos dicen que una organización puede ser socialmente responsable, se da cuando una empresa en el desarrollo de sus actividades va implementando la responsabilidad social; ser empresas con programas de responsabilidad social, esto se da cuando la empresa se ha centrado en un solo elemento de sus actividades para trabajar con responsabilidad social y las demás funciones pasan a segundo plano o simplemente una empresa puede negarse a la realidad empresarial que se está viendo en la actualidad y a nivel mundial. Así mismo, existen distintos tipos

de responsabilidad social aplicadas en las organizaciones dependiendo el giro del negocio para ello Cancino & Morales (2008) señalan:

1. Responsabilidades Económicas: Este tipo de responsabilidad social busca ser más rentables para las organizaciones y sus accionistas, generara trabajos mejores para sus empleados también busca promover productos o servicios de calidad.
2. Responsabilidades Legales: cuando se del ámbito legal se trata cumplir con las leyes y los reglamentos preestablecidas.
3. Responsabilidades Éticas: este tipo de responsabilidad social orienta a las empresas realicen sus actividades o programas de manera justa, logrando evitar daños a terceros
4. Responsabilidad Filantrópica: se deben hacer contribuciones voluntarias a la sociedad, dándole tiempo y dinero como una buena obra.

Los aspectos sociales y ambientales no son nuevos es decir su consideración y su integración dentro de la organización siempre han estado, pero se han tratado de una manera diferente aislados la una de la otra debido a esto los aspectos sociales han tenido menos atención que los ambientales (Belhouari, et al., 2005). Por otro lado, las empresas para aplicar responsabilidad social se deben enfocar en cuatro focos de compromisos de recursos en actividades para ello (Cancino & Morales, 2008) señalan:

1. Generación de ganancias como fin único: dentro de esta visión las empresas se enfocan en generar utilidades y sabiendo que respetando las normativas vigentes contribuyen de alguna manera a la sociedad.
2. Generación de ganancias en un ámbito limitado: esta visión es económica pues demás se genera utilidad y respetar las normas vigentes se hace entender más como la que respeta las normativas.
3. Visión de bienestar social: en esta visión la organización es consciente de todos los daños que causan no solo a la sociedad si no al medioambiente con la

aplicación de este visión la empresa se hace responsable por los daños causados en los diferentes grupos de interés.

4. Visión de empresa al servicio de la comunidad: esta visión la empresa debe usar sus recursos de la manera más eficiente con el fin de generar bienestar en la sociedad
5. Ante lo antes expuesto las instituciones financieras para cumplir con lo establecido se necesita que estén completamente comprometidos con este sistema, que se respeten las normativas, que se establezca lineamientos de comunicación para que toda información que proporcionen sea con transparencia demostrando respeto hacia su grupo e interés.

Para ello se han creado programas que logren cumplir con las normas vigentes de responsabilidad social establecidas en las Normas ISO y para que estos programas se cumplan de acuerdo a un cronograma previamente establecido se ha creado un voluntariado corporativo que está integrado por los funcionarios debidamente capacitados.

Cuando una empresa implementa productos innovadores gracias a la tecnología lo que se busca es obtener una mayor oferta pues se genera competitividad tanto en los productos como en los servicios para ello se deben estar en constante actualización, brindado un mantenimiento adecuado a los sistemas digitales, el establecimiento de políticas generan valor a los clientes, accionistas y a la sociedad en general pues trabajar demostrando compromiso ético se genera eficiencia y eficacia por parte de sus empleados así también los mismos se sentirán motivados y capaces de cumplir con sus actividades programadas (Banco del Pacífico, 2020).

Instrumentos de medición en la aplicación de la responsabilidad social empresarial

El objetivo de aplicar lineamientos de medición dentro de los proyectos de responsabilidad social es para diagnosticar, medir evaluar inclusive puede ayudar a determinar la importancia que tiene dichos programas en la empresa y la comunidad por lo que también puede ayudar en la implementación de políticas para demostrar la ética y la sostenibilidad de la institución (Raufflet, et al., 2012).

Según (Raufflet, et al., 2012), en su libro la Responsabilidad Social señalan tres niveles importantes de medición: Indicadores, Instrumentos y Principios; dentro de los indicadores este método es utilizado para determinar las preocupaciones más relevantes de la sociedad y sus componentes; los instrumentos sirven para establecer mejor los lineamientos establecidos y mejorar los indicadores establecidos por la comunidad, en el último nivel los Principios son utilizados para dentro de la organización para determinar ciertas medidas operativas centrándose en temas específicos (Álvarez, et al., 2020).

Para que la responsabilidad social se presente con transparencia hacia la sociedad en general se ha identificado varios mecanismos de medición con la finalidad de dar cumplimiento sus objetivos también permiten mejorar y comunicar a la sociedad la aplicación y las finalidades de los programas de responsabilidad social. Las empresas pueden presentar informes sostenibles como medio de información de las actividades realizadas por parte de la organización, se puede decir entonces que este instrumento es un medio de comunicación entre las partes interesadas ya sea interna como externa, también se puede decir que esta herramienta permite identificar sus resultados que se presentan en un proceso de la misma forma que se determinara el tipo de resultado obtenido como pueden ser: económicos ambientales y sociales (Belhouari, et al., 2005). Según el Global Reporting Initiative, 2002; un informe sostenible debe contener indicadores de rentabilidad económica, social y ambiental. Los indicadores Ethos de Responsabilidad Social Empresarial les sirven a las organizaciones el establecimiento concreto y una mayor profundización sobre los programas de responsabilidad social

aplicados; pues con la aplicación de este formulario permitirá a la organización un monitoreo constante de los resultados que se espera obtener (Instituto Ethos de Empresas y Responsabilidad Social, 2006).

Dichos indicadores se tratan con la mayor discreción pues el instituto Ethos genera diagnósticos para verificar la posición en la que se encuentra la empresa analizada y así mismo invitan a empresas para que relaten la aplicación y los resultados de sus diagnósticos. El uso de este cuestionario es interno pues a ser realizado por las empresas indican que esta esta herramienta les motiva a fortalecer sus compromisos con la sociedad generando mejores oportunidades y mejorando el desarrollo del país (Instituto Ethos de Empresas y Responsabilidad Social, 2006).

Para que un informe de responsabilidad social sea creíble se debe incorporar actividades reales para que así la información que se está proporcionado responda a las necesidades del país y la comunidad; existen informes que han sido presentados los cuales llevan un detalle claro y concreto sobre las actividades por lo general se los presenta una vez al año en el mismo se detalla valores absolutos e indicadores aplicados para poder medir el desempeño (Rodríguez, 2007). Por tanto, para obtener una buena gestión financiera es necesaria la participación de todos los niveles de la organización pues se puede determinar con eficiencia y eficacia cada programa de responsabilidad social cumpliendo con el alcance de la responsabilidad asignada

Para que un informe o un cuestionario tengan credibilidad se debe considerar aspectos tanto Económicos, sociales y medioambientales pues una empresa se debe enfocar en justificar claramente dichos componentes pues de ellos depende el rendimiento empresarial (Comisión de las Comunidades Europeas, 2001).

Algunas de las investigaciones realizadas se han enfoca en ciertos puntos concretos mas no en toda la estructura organizacional el Consejo Empresarial Mundial para el Desarrollo Sostenible (WBCSD), es el pionero pues gracias a él se han obtenido indicadores para

establecer beneficios y aclarar la rentabilidad que provoca la implementación de estos programas relacionando las fianzas con el medioambiente (Blumberg, et al., 1997).

Industry Week en el 2001 realizó una publicación en la que se analizó la información obtenida de un grupo de empresas en la que se demostró que la mitad de las empresas analizadas su rendimiento empresarial estaba marcado por el comportamiento; por otro lado, la otra mitad se generó su información por medio del sector (Comisión de las Comunidades Europeas, 2001). Según (Belhouari, et al., 2005), indican que luego de realizar un análisis entre las empresas de 14 países para determinar su rentabilidad financiera se concluye que la rentabilidad de los bancos es inferior con relación a las cooperativas.

Impactos originados al aplicar la responsabilidad social

Se puede indicar que la responsabilidad social nace por un hecho de la naturaleza lo cual implica un abordaje completo entre ser y no ser pues los resultados obtenidos serán a través de las opiniones de los grupos de interés beneficiados, ese sentido se puede decir que nace la ética y la íntima convicción que lleva implícita la capacidad de responder ante una mala actuación de una situación por lo tanto la disyuntiva de la responsabilidad social debe ser de carácter obligatorio o voluntario (Arias & Sarmiento, 2016). Para que una empresa cause impacto con sus programas de responsabilidad social se debe considerar el mejoramiento de sus actividades ya sea con el avance de la tecnología, la innovación de sus productos o servicios, la protección al medio ambiente, el servicio a la comunidad; estos aspectos causarán mayor credibilidad mejorando así la imagen corporativa (Erazo & Narváez, 2020).

La innovación dentro de las empresas indica avance y desarrollo, las empresas que estén en constante innovación demuestran fortaleza económica, también se puede decir que la innovación es la creación de algo nuevo ya sea de un producto o un servicio se puede determinar entonces que la innovación es un proceso un tanto complejo que pero que con

el uso adecuado de recursos se puede desarrollar productos creativos e innovadores. La evolución de un producto con la implementación de la innovación y la tecnología se puede definir como el aprovechamiento tecnológico mejorando la oferta actual y de esta manera satisfacer como eficiencia las necesidades del consumidor (Ahmed, et al., 2012).

Al implementar un programa de responsabilidad social se debe tomar en consideración aspectos legales y sociales. Definir el tipo de sociedad al que está dirigido y las obligaciones que se derivan de las mismas, pueden ser comerciales o laborales. Valera (2008) establece algunos aspectos importantes para ser analizados:

1. Aspecto legal: en este aspecto se debe tomar en cuenta las normativas y procedimientos, el tipo de sociedad al que se dirigen y los derechos y limitaciones.
2. Análisis ambiental: se debe considerar emisiones, efluentes y residuos de la empresa así también el riesgo de contaminación por esas emisiones y cuál sería el mecanismo de control
3. Análisis social: se debe considerar los efectos positivos y negativos de la empresa en la comunidad como pueden ser la generación de empleo, cancelación de impuestos, acceso a salud y educación, etc.

Al hablar de innovación se puede demostrar que al aplicar la tecnología dentro de una institución financiera ha mejorado sus procesos no solo internamente pues ahora los clientes tienen acceso los distintos canales electrónicos sean cajeros automáticos, cuentas virtuales que han facilitado a sus usuarios el realizar sus actividades financieras desde la casa y con mayor seguridad; los cajeros automáticos son con la más alta tecnología pues permiten realizar todo tipo de transacciones inclusive al momento de que el usuario realiza un depósito o desea retirar dinero de sus cuentas el cajero no solo proporciona cantidades enteras en dólares sino que ahora puede inclusive recibir monedas en caso de ser necesarias; con la utilización de las cuentas virtuales el usuario financiero puede verificar desde su domicilio sea en su computadora o en su teléfono celular el saldo de sus cuentas, cancelar valores a la tarjeta de crédito realizar

transferencias e inclusive puede realizar inversiones sin necesidad de acercarse al banco.

Como bien se sabe una institución financiera presta sus servicios de intermediación financiera a particulares y empresas, teniendo como política mantener una organización saludable, segura ambientalmente respetuosa y socialmente responsable se han establecido sistemas que ayuden con la proyección no solo a sus colaboradores sino también al medio ambiente y a la sociedad cumpliendo con una correcta gestión basando en las leyes vigentes.

Se dice que las organizaciones juegan un papel importante de acorde a la situación actual. Pues la Empresa ha causado daños sobre el medio ambiente de ahí que los expertos indican conflictos y soluciones ya sean totales o parciales la intención es tratar de que dichos impactos negativos sean mejorados (Braun & Bauer, 1996). Cuando se trata de protección al medio ambiente las instituciones financieras analizaron el daño causado y determinaron que la utilización de papeletas o de cartolas causaban un daño realmente grave al ecosistema al darse cuenta del daño causado se ha creado programas de reforestación tratando de repoblar zonas afectadas con la destrucción de los árboles utilizados para distintos fines.

MÉTODO

La metodología utilizada en el desarrollo de la presente investigación se empleó un tipo descriptiva con diseño de campo no experimental transversal, pues los estudios de las actividades financieras fueron en su estado natural sin manipulaciones para su posterior desarrollo y explicación, tomándose información en único momento investigativo. relatando los sucesos e impactos producidos. Se tomó como muestra poblacional, 76 empleados de bancos nacionales con sucursal ubicada en las ciudades de Cuenca, Guayaquil y Quito - Ecuador, a quienes se les aplicó encuesta online e instrumento tipo cuestionario de opciones dicotómicas y diversas alternativas, siendo validado por juicio

de expertos, calculándose fiabilidad de Alfa de Cronbach en 0,86 siendo catalogado confiable para ser aplicado, luego los datos obtenidos fueron procesados mediante estadística descriptiva.

RESULTADOS

Para la obtención de la información se utilizó encuestas a los usuarios de las entidades financieras con la finalidad de determinar el impacto producido por parte de las instituciones financieras al aplicar la Responsabilidad social.

Conocimiento de Responsabilidad social

Para este aspecto se determina que el 46.4% conoce acerca de la responsabilidad social en el sector financiero; un 73.9% sabe que la aplicación de la responsabilidad social son para mejorar problemas socio ambientales, dilemas éticos, etc.

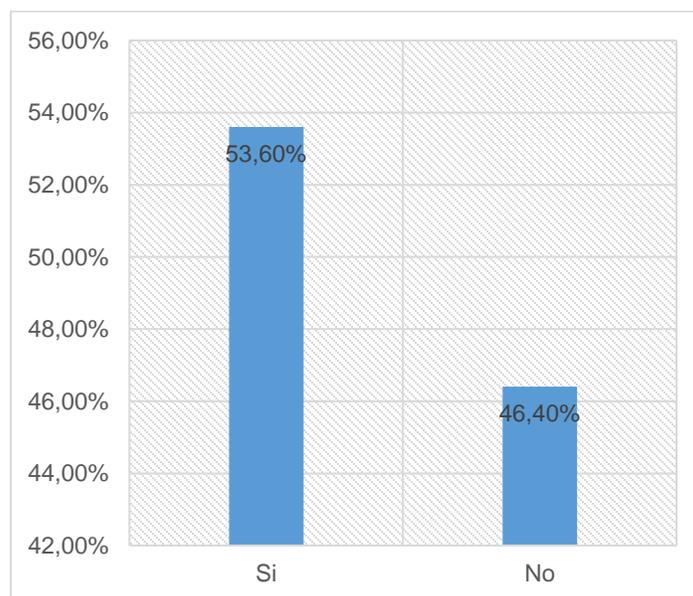


Figura 1. Conocimiento de la Responsabilidad social.

Aplicación de la responsabilidad social

En el análisis de este aspecto se determinó que con la aplicación de responsabilidad social han sido desarrolladas a través de las normas vigentes en un 65.2% por lo tanto se puede afirmar que en un 42% han servido para mejorar las condiciones de vida, pues en un 76.8% han sido aplicadas en el sector urbano

Publicación de los resultados de los proyectos de responsabilidad social

Dentro de la información obtenida se determina que las instituciones financieras dan a conocer los resultados a través de las redes sociales en un 47.8%, también se puede decir que se observan dichos cambios sociales a través de los medios de comunicación como son televisión, radio, etc. en un 27.5%; de esta manera se puede observar que la ciudad con mayores beneficios de la aplicación de estos proyectos ha sido la ciudad de Cuenca en 50.7% seguida de la ciudad de Guayaquil en un 34.8% .

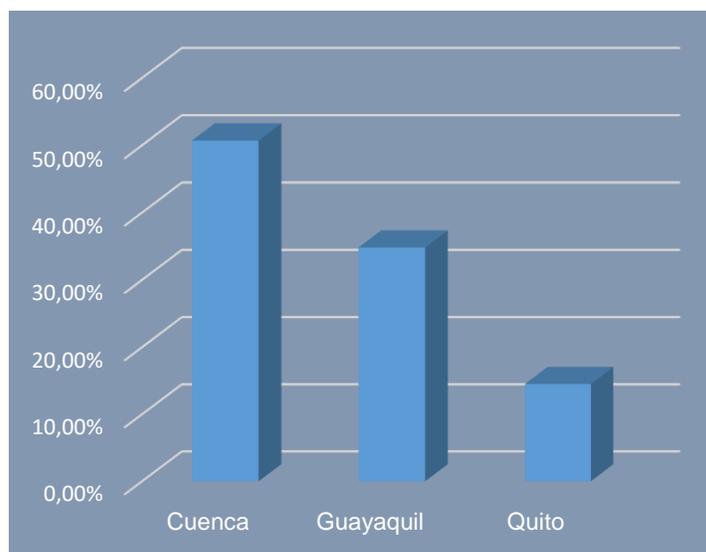


Figura 2. Ciudades beneficiarias

Calificación por parte de los usuarios

Los usuarios financieros determinaron que la aplicación de proyectos de responsabilidad social en el sector financiero es Bueno para la sociedad y el país en un 46.4% determinándose de esta forma el cumplimiento de proyectos por parte del sector financiero.

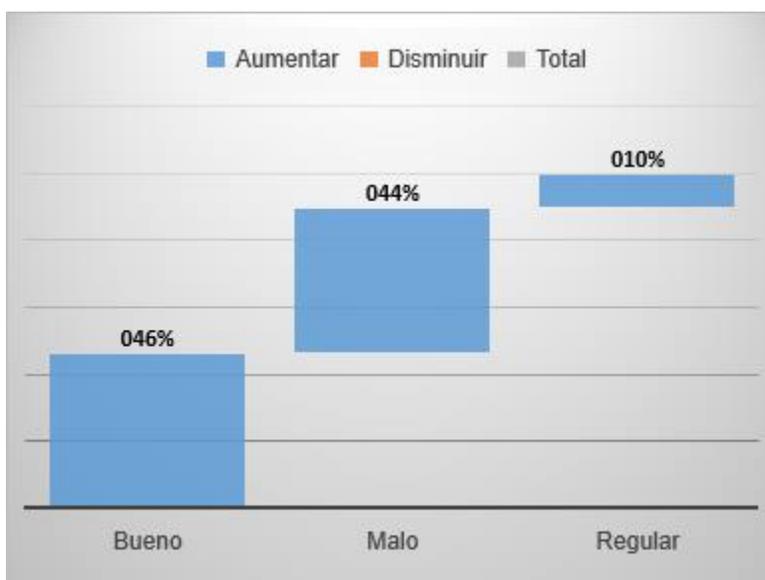


Figura 3. Grado de aceptación de la Responsabilidad social.

PROPUESTA

Una vez analizada la información obtenida se ha creado una propuesta de trabajo la cual se pretende que las instituciones financieras tomen en consideración para mejorar sus programas de responsabilidad social a continuación, en la figura 4 se presenta el esquema de la propuesta.



Figura 4: Esquema de la propuesta.

Creatividad e innovación

Se puede decir que un producto o servicio que ofrece una institución financiera si no contiene creatividad e innovación no atrae futuros inversionistas y por lo tanto carece de clientes; por ello considero necesario la implementación de ciertos aspectos al momento de lanzar un nuevo producto al mercado pues primero de debe de identificar el tipo de necesidad sea para la empresa o para la comunidad pues al tratarse de trabajar con responsabilidad social se debe considerar el bien para las dos partes; la tecnología es un punto muy importante ya que en la actualidad todas empresas han implemento sistemas

CIENCIAMATRIA

Revista Interdisciplinaria de Humanidades, Educación, Ciencia y Tecnología

Año VII. Vol. VII. N°12. Enero – Junio. 2021

Hecho el depósito de ley: pp201602FA4721

ISSN-L: 2542-3029; ISSN: 2610-802X

Universidad Nacional Experimental Francisco de Miranda (UNEFM). Santa Ana de Coro. Venezuela

Jacqueline Anabel Pineda-Cajilima; Juan Carlos Erazo-Álvarez; Juan Edmundo Álvarez-Gavilanes
Jorge Vinicio Cárdenas-Muñoz

cada vez de mejor calidad con la finalidad de satisfacer a sus clientes con la optimización de tiempo y de recursos, el impacto que produce dicho producto debe ser analizado de ser positivo o negativo dependerá la aceptación del cliente o sus accionistas un impacto en la sociedad son sus cajeros automáticos así también el uso de canales digitales la facilidad de verificar sus estados de cuenta en cualquier momento sin necesidad de acercarse a una ventanilla del banco con alta gana de tecnología; para ello se presenta la siguiente figura N° 5 con un ejemplo de innovación



Figura 5. Renovación de cajeros automáticos.

Fuente: Banco del Pacífico (2020).

Servicio a la Comunidad

Cuando hablamos de servicio a la comunidad no solo se trata de cuestiones laborales, el cumplimiento con las normativas tratando de mejorar la relación y transparencia con la comunidad se puede establecer un sistema de comunicación mediante la entrega de informes hacia la sociedad indicando el avance de los proyectos establecidos o en los que la comunidad esté beneficiada directamente; el servicio a la comunidad también se puede dar con nuevos servicios para mejorar la calidad de vida del usuario para ello también se puede realizar actividades mediante un voluntariado el mismo que se puede realizar por el grupo de trabajadores de la empresa o por apoyo externo que desean participar para ayudar a la comunidad en la figura 6 se ha creado un programa de capacitación financiera con la finalidad de fomentar el ahorro y está dirigida tanto a sus clientes como para la comunidad en general

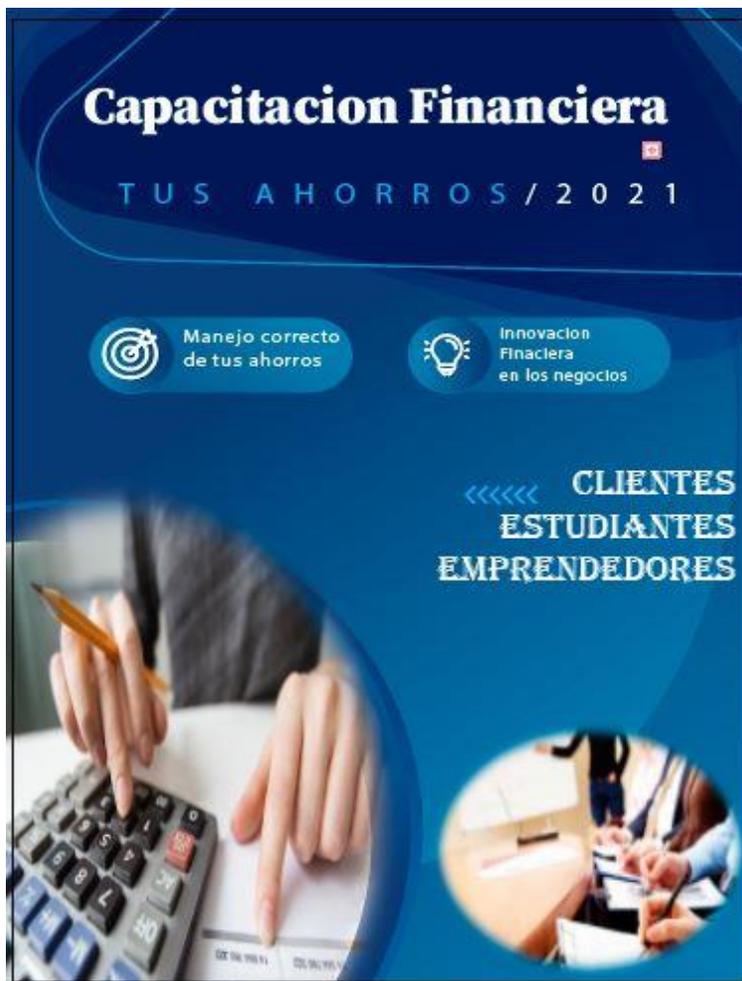


Figura 6: Programa de capacitación y formación financiera.

Fuente: Elaboración propia.

Ecológico

Al hablar del ámbito ecológico es saber que las empresas son dueñas de una pequeña parte del ecosistema pues la naturaleza forma parte de la empresa; hoy en día estas dos partes se han tratado de fusionar, las empresas para adaptarse han buscado mecanismos de medición y control desarrollando ciertos programas que ayudan al mejoramiento y control de ciertos daños causados en la figura 7 se propone la creación

de programas como de reciclaje de papeles, recolectores de basura con señalizaciones ecológica, proyectos para reducir energía, agua, materiales e emisiones con la finalidad de mantener armonía no solo entre empresas si no también con la comunidad



Figura 7. La RSE con aplicación en entorno Ecológico.

Fuente: Elaboración propia.

Sostenible

Se tendrá que evaluar la gestión de las instituciones financieras para de esta manera determinar que un proyecto ha sido sostenible mediante la satisfacción del cliente con los servicios adicionales determinando así una adecuada posición en el mercado no solo de la empresa para lograr este posiciónamelo se debe aplicar principios éticos, morales con la finalidad de lograr la sostenibilidad empresarial ante los clientes



Figura 8: Selección de informes para la publicación de resultados.

Fuente: Elaboración propia.

Imagen corporativa

Al mejorar la imagen corporativa una institución financiera tendrá mayor aceptación por parte de sus clientes, brindará mayor confiabilidad.

Tabla 1.

Matriz La Imagen corporativa como resultado de aplicar RSE.

Características	Nivel De Alcance		
	Económico	Ambiental	Social
Liderazgo En El Mercado	X		
Crecimiento	X		
Transparencia Con La Comunidad			X
Reconocimiento Internacional	X		
Aumento De Accionistas	X		
Presencia En El Mercado	X		
Productos Y Servicios		X	
Derechos Humanos			X
Comunicación De Los Productos			X
Energía		X	
Cumplimiento Y Transporte		X	

Fuente: Elaboración propia.

CONCLUSIONES

La responsabilidad social empresarial aplicándose al sector financiero es un tema muy amplio se ha podido identificar varios factores, pero entre los que se destacan están el cuidado al medio ambiente con programas de reciclaje, con servicio a la comunidad con programas de capacitación, la generación de productos y servicios innovadores gracias al crecimiento tecnológico dichos factores han ayudado al mejorar en parte su imagen corporativa.

Al identificar el impacto que producen los programas mencionados anteriormente, se puede concluir que dichas organizaciones están cumpliendo con las normativas vigentes, que la sociedad y el país están siendo beneficiadas de dichos proyectos pues no solo se ha tenido la participación de sus empleados mediante el voluntariado sino que también ha sido abierta al público pues la comunidad en general ha sido participe de dichos programas, sin embargo, carecen de una fuente presida para la publicación de los resultados obtenidos al aplicar dichos programas de ahí que su sostenibilidad financiera está en duda.

Con respecto a la imagen corporativa que se quiere demostrar ciertas entidades financieras han logrado obtener mayor credibilidad apoyándose en dichos programas, pero lo que más peso ha tenido es su posicionamiento en el mercado pues los años de servicio son lo que los usuarios financieros buscan para confiar su patrimonio.

REFERENCIAS CONSULTADAS

Ahmed, P., Shepherd, C., Ramos, L., & Ramos, C. (2012). Administración de la Innovación[Innovation Management]. México: Pearson.

Álvarez, C., Narváez, C., Erazo, J., & Luna, K. (2020). Lógica difusa como herramienta de evaluación del portafolio de inversiones en el sector cooperativo del Ecuador [Fuzzy logic as an investment portfolio evaluation tool in Ecuador's cooperative sector] *Revista Espacios*, 41(36). Obtenido de <https://n9.cl/bai6c>

Arias, E., & Sarmiento, D. (2016). Responsabilidad social empresarial en Falcón: Un análisis de contenido. *Revista Arbitrada Interdisciplinaria Koinonía*, 1(1), 22-42.

Banco del Austro. (2020). Responsabilidad social. Obtenido de <https://n9.cl/u8dpf>

Banco del Pacífico. (2020). Responsabilidad Social Corporativa. Obtenido de <https://n9.cl/j2m4>

Banco Pichincha. (2020). Política de seguridad, salud y ambiente. Obtenido de <https://n9.cl/yee8v>

CIENCIAMATRIA

Revista Interdisciplinaria de Humanidades, Educación, Ciencia y Tecnología

Año VII. Vol. VII. N°12. Enero – Junio. 2021

Hecho el depósito de ley: pp201602FA4721

ISSN-L: 2542-3029; ISSN: 2610-802X

Universidad Nacional Experimental Francisco de Miranda (UNEFM). Santa Ana de Coro. Venezuela

Jacqueline Anabel Pineda-Cajilima; Juan Carlos Erazo-Álvarez; Juan Edmundo Álvarez-Gavilanes
Jorge Vinicio Cárdenas-Muñoz

- Belhouari, A., Lapointe, M., Tremblay, B., & Buendia, I. (2005). La responsabilidad social de las empresas: ¿un nuevo valor para las cooperativas? *CIRIEC-España, Revista de Economía Pública, Social y Cooperativa*, (53), 191-208.
- Blumberg, J., Korsvold, A., & Blum, G. (1997). Environmental Performance and Shareholder Value. World Business Council for Sustainable Development.
- Braun, S., & Bauer, K. (1996). El medio ambiente y la gestión empresarial [The environment and business management]. Alemania: Fundación Tierra. Obtenido de <https://n9.cl/c0kp5>
- Cancino, C., & Morales, M. (2008). Responsabilidad Social Empresarial [Corporate Social Responsibility]. Recuperado de <https://n9.cl/ycli>
- Comisión de las Comunidades Europeas. (2001). Libro Verde. En Fomentar un marco europeo para la responsabilidad social de las empresas [Fomentar un marco europeo para la responsabilidad social de las empresas]. Luxemburgo: Oficina de Publicaciones de las Comunidades Europeas.
- Constitución de la República del Ecuador. (2008). Constitución de la República del Ecuador. Quito, Ecuador.
- Erazo, J. C., & Narváez, C. I. (2020). La gestión del capital intelectual y su impacto en la efectividad organizacional de la industria de cuero y calzado en la Provincia de Tungurahua - Ecuador [The management of intellectual capital and its impact on the organizational effectiveness of the leather and footwear industry in the Province of Tungurahua - Ecuador]. *Revista Espacios*, 41(21), 254-271.
- García-del Junco, J., Palacios-Florencio, B., & Espasandín-Bustelo, F. (2014). Manual práctico de responsabilidad social corporativa [Practical manual of corporate social responsibility]. Madrid: Ediciones Pirámide.
- Gilli, J. (2006). Responsabilidad Social. *Revista Científica "Visión de Futuro"*, 5(1).
- González, J., Vázquez, J., & Mejía, C. (2017). Responsabilidad Social Empresarial: Decisiones, Reflexiones y Casos de Estudio [Corporate Social Responsibility: Decisions, Reflections and Case Studies]. Colombia: Universidad del Norte.
- Instituto Ethos de Empresas y Responsabilidad Social. (2006). Indicadores Ethos de Responsabilidad Social Empresarial [Ethos Indicators of Corporate Social Responsibility]. Brasil. <https://n9.cl/dy9dx>

CIENCIAMATRIA

Revista Interdisciplinaria de Humanidades, Educación, Ciencia y Tecnología

Año VII. Vol. VII. N°12. Enero – Junio. 2021

Hecho el depósito de ley: pp201602FA4721

ISSN-L: 2542-3029; ISSN: 2610-802X

Universidad Nacional Experimental Francisco de Miranda (UNEFM). Santa Ana de Coro. Venezuela

Jacqueline Anabel Pineda-Cajilima; Juan Carlos Erazo-Álvarez; Juan Edmundo Álvarez-Gavilanes
Jorge Vinicio Cárdenas-Muñoz

Raufflet, E., Lozano , J., Barrera, E., & García, C. (2012). Responsabilidad social empresarial [Corporate Social Responsibility]. Nucaipan de Juárez: Pearson.

Rodríguez, A. (2007). La Responsabilidad Social Empresarial y las Finanzas [Corporate Social Responsibility and Finance]. Revista Argentina de Ejecutivos de Finanzas.

Valera , R. (2008). Innovación Empresarial: Arte y Ciencia en la creación de empresas [Business Innovation: Art and Science in Business Creation]. Bogota: Pearson.

Viteri-Moya, J. (2010). Responsabilidad social. *Enfoque UTE*, 1(1),90-100.

Yauri-Santos, G., Erazo-Álvarez, J., Narváez-Zurita, C., & Paulina Moreno, V. (2020). Plan de responsabilidad social empresarial para el sector inmobiliario. *Revista Arbitrada Interdisciplinaria Koinonía*, 5(10), 397-426.

©2021 por los autores. Este artículo es de acceso abierto y distribuido según los términos y condiciones de la licencia Creative Commons Atribución-NoComercial-CompartirIgual 4.0 Internacional (CC BY-NC-SA 4.0) (<https://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/4.0/>).