



Responsabilidad social corporativa en una institución bancaria pública Ecuador, 2023

Jorge Fernando Serrano Aguilar

P7002359974@ucvvirtual.edu.pe

<https://orcid.org/0000-0003-3921-9731>

Hernan Mauricio Mora Guaman

P7002360022@ucvvirtual.edu.pe

<https://orcid.org/0000-0002-1256-1134>

Gladys Lola Lujan Johnson

ljohnsongl@ucvvirtual.edu.pe

<https://orcid.org/0000-0002-4727-6931>

Universidad Cesar Vallejo, UCV

Piura – Perú

RESUMEN

El presente documento tiene como objetivo caracterizar la responsabilidad social corporativa desarrollada por una institución bancaria pública, 2023. La metodología de Investigación fue básica-proyectiva, aplicada, cuantitativa, el diseño no experimental-transversal con niveles de conocimiento, descriptivo, explicativo. La muestra estuvo compuesta por 324 clientes del banco. Los resultados reflejaron que la responsabilidad social corporativa fue calificada media (95,1%) debido a las dimensiones social (94,4%); ética (90,4%); ambiental (71,9%); y Grupos de interés (90,4%); donde se evidencia el mayor problema. Entre las conclusiones se destaca que la responsabilidad social bancaria es un compromiso organizacional continuo a proceder con ética, contribuir al crecimiento económico sostenible, optimizar la calidad de vida del colaborador, sus familiares y sociedad.

Palabras clave: Gestión; responsabilidad social; calidad de servicio; Banco; servicio.

Correspondencia:

Artículo recibido 05 julio 2023 Aceptado para publicación: 05 agosto 2023.

Conflictos de Interés: Ninguna que declarar

Todo el contenido de **Ciencia Latina Revista Científica Multidisciplinar**, publicados en este sitio están disponibles bajo

Licencia [Creative Commons](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/) 

Como citar Serrano Aguilar, J. F., Mora Guaman, H. M., & Lujan Johnson, G. L. (2023). Responsabilidad social corporativa en una institución bancaria pública Ecuador, 2023. *Ciencia Latina Revista Científica Multidisciplinar*, 7(1), 14491-14506. https://doi.org/10.37811/cl_rcm.v7i1.7611

Corporate social responsibility in a public banking institution Ecuador, 2023

ABSTRACT

The objective of this document is to characterize the corporate social responsibility developed by a public banking institution, 2023. The research methodology was basic-projective, applied, quantitative, the non-experimental-transversal design with levels of knowledge, descriptive, explanatory, predictive and prospective study applying ordinal logistic regression analysis to validate the theoretical functional model. The sample consisted of 324 bank clients. The results reflected that corporate social responsibility was rated medium (95.1%) due to the social dimensions (94.4%); ethics (90.4%); environmental (71.9%); and Interest groups (90.4%); where the biggest problem is. Among the conclusions, it is highlighted that banking social responsibility is a continuous organizational commitment to proceed ethically, contribute to sustainable economic growth, optimize the quality of life of the collaborator, their families and society.

Keywords: *Management; social responsibility; quality of service; Bank; service*

INTRODUCCIÓN

Actualmente, es importante promover e implementar la responsabilidad social corporativa en las entidades financieras, debido a que los clientes prefieren recibir servicios bancarios de organizaciones socialmente responsables. En tal sentido constituye un desafío para toda institución bancaria relacionada con el gobierno, empresas, organizaciones benéficas, clientes y sociedad (Muhammad et al., 2022), estas deben realizar estratégicamente modelos de responsabilidad social bancaria, conscientes de que ellos son la base esencial de su funcionamiento, además referentes de opinión sobre su imagen, reputación y calidad de servicio, esto representa beneficios sociales, éxito y más ganancias al mantener clientes leales. (Castro, 2020).

La responsabilidad social corporativa está alcanzando niveles elevados por la globalización y concientización ciudadana de que las organizaciones deben retornar a la sociedad una proporción de aquellos beneficios conseguidos. Considerando que existe un compromiso asumido que permite aportar al desarrollo económico sostenible mediante la colaboración de sus empleados satisfacer sus necesidades individuales, familiares, sociales optimizando su calidad de vida y desempeño laboral. (Saltos, 2019)

A nivel mundial, en Europa, específicamente la banca española refleja los peores niveles respecto a reputación, situándose (16%), mientras los bancos irlandeses superaron un (14%) de nivel de confianza, precisamente por esto, el sector bancario ha venido preocupándose en mejorar su imagen aplicando estrategias de responsabilidad social corporativa (United Nations Global Compact, 2015). Con ello la desconfianza en las entidades bancarias por parte del usuario; los intereses, poca credibilidad, cláusulas suelo e inclusive el surgimiento los denominados bancos 'éticos' han derivado en un mayor compromiso con el desempeño socialmente responsable. (Hernández, 2020)

A nivel internacional en Perú un estudio de la Asociación Bancaria (ASOBANCA) sobre la responsabilidad social corporativa indicó que (100%) de las entidades bancarias tiene conocimiento sobre ella, (20%) reconoce su importancia y (8%) aplica estrategias en su implementación. Por lo tanto, la Banca Peruana resultaría ser más sostenible y competitiva al implementar nuevas prácticas en beneficio del cliente externo e interno, construyendo una sociedad más sostenible (Barrio, 2016). Otra investigación menciona que los usuarios, calificaron la responsabilidad social bancaria baja (36,2%), regular (55,4%) y alta (8,1%) (Bracamonte, 2021). Igualmente, en Argentina aún no está muy difundida (55%) porque las entidades financieras no realizan ninguna acción vinculada a ella, (37%) desarrolla acciones desarticuladas sin configurar una estrategia integral, y sólo (8%) desarrolla estrategias integrales (Huayapa, 2019).

A nivel nacional, un estudio realizado en Ecuador evidenció que (75%) de los encuestados tuvieron inconvenientes con el servicio al cliente, (49%) Balcón de servicios, (30%) cajas, (21%) negocios (Balseca, 2017). Por otro lado, la banca necesita abarcar las microfinanzas, durante el 2016, los microcréditos concedidos representaron aproximadamente (5%), mientras, el crédito comercial reflejó mayor participación (Acosta, 2019). Los Bancos, tuvieron una calificación 79,70 sobre expectativas, calidad percibida 83,12 y satisfacción del cliente 79,02, en comparación a las cooperativas que registraron valores superiores (Asociación de Bancos Privados del Ecuador (ASOBANCA), 2017).

En los últimos años el uso de servicios bancarios se ha incrementado, según cifras del Banco Mundial (41,5%) los ecuatorianos desde los 15 años poseen una cuenta bancaria, 25 años en adelante entre una a dos cuentas esto le permite formarse una percepción sobre la calidad del servicio recibido, comparar su atención, y visualizar acciones que demuestren si son socialmente responsables (Global Findex, 2017). Algunas empresas deciden aplicar programas direccionados a la responsabilidad social principalmente para restablecer o mejorar su reputación e imagen corporativa. (Echeverría, 2018)

Referente a la problemática la entidad bancaria no implementa lineamientos para promover actividades que impacten a la sociedad, ni se realizan talleres de responsabilidad social. Tampoco, se les otorga a los socios las mismas oportunidades y condiciones, no se considera el crecimiento personal o familiar de los colaboradores con aspectos relacionados a: estabilidad laboral, seguridad, integridad, salud, seguros asistenciales y políticas salariales. Igualmente, falta desarrollar estrategias comunicacionales, ventas éticas, no existe un vínculo fuerte con las organizaciones comunitarias, ni apoyan programas sociales, ambientales, proyectos gubernamentales.

Debido a la situación expuesta es necesario desarrollar acciones de responsabilidad social corporativa transversales integradas en actividades organizacionales, mantener un compromiso directivo firme, alinearse con el negocio principal, tomar decisiones coherentes creando un valor compartido sirviendo a la sociedad, entidad y sus accionistas. El problema de investigación es: ¿Cuáles son las características de la responsabilidad social corporativa desarrollada en una institución bancaria pública Ecuador, 2023?

Respecto a la justificación teórica, la responsabilidad social corporativa se analizó desde el enfoque de los grupos de interés expuesto por Freeman (1994) cuyo objetivo está basado en buscar valor para los clientes, colaboradores, proveedores y gobierno, quienes cada día presionan que las entidades bancarias implementen con compromiso prácticas a nivel ético, social y medioambiental (Franzoni & Asma, 2018). Metodológica, permitió aplicar un instrumento

debidamente validado y confiable para sistematizar los procesos bancarios basado en Bracamonte & Valderrama (2021) compuesto por 32 ítems subdividido en 4 dimensiones. Social, permitirá brindar una óptima atención a los usuarios/clientes, mejorar el trato recibido, cumplir expectativas de cumplimiento influyendo positivamente en la imagen institucional. Práctica, los resultados obtenidos permitirán aplicar efectivamente estrategias para mejorar las operaciones bancarias reforzando la calidad del servicio en créditos y atención al cliente.

Este estudio está alineado con el objetivo de Responsabilidad Social Universitaria (RSU) desarrollo económico, empleo y emprendimiento donde la entidad bancaria sea socialmente responsable contribuyendo al rendimiento financiero, sostenibilidad ambiental, y productividad construyendo un entorno laboral saludable donde se apliquen técnicas basadas en fomentar la conciencia ecológica mediante evaluaciones periódicas para valorar los cambios organizacionales. Igualmente, está vinculado al objetivo ocho de Desarrollo Social (ODS) establecido por las Naciones Unidas trabajo decente y crecimiento económico de los grupos de interés, especialmente los empleados respetando sus derechos humanos y laborales realizando inversiones para mejorar su bienestar, capacitarlos e integrándolos en las diferentes actividades sociales.

El objetivo general es Caracterizar la responsabilidad social corporativa desarrollada por una institución bancaria pública, para el año 2023.

METODOLOGÍA

La investigación fue básica, porque su propósito fue producir conocimientos amplios sobre los elementos predominantes de la responsabilidad social corporativa (CONCYTEC, 2018). También fue descriptiva porque buscó describir particularidades en individuos o grupos para su respectivo análisis (Palella & Martins, 2017). Explicativa donde se buscó explicar la responsabilidad social corporativa en la entidad bancaria. Cuantitativa ya que se realizaron cálculos estadísticos que conllevaron al desarrollo de resultados y conclusiones (Hernández, Fernández & Baptista, 2014). Además, proyectiva según Hurtado (2015) consiste en diseñar una propuestas, modelo o plan que permite dar solución a problemáticas detectadas en el momento desde una perspectiva organizacional, social, sustentado en los hallazgos percibidos.

Referente al diseño fue no experimental ya que ninguna variable se sometió a manipulación deliberadamente (Palella & Martins, 2017). transversal porque permitió conocer en un momento dado la realidad de los procesos bancarios de la institución financiera.

La Responsabilidad social corporativa se definió conceptualmente según Bracamonte & Valderrama (2021) las entidades bancarias deben dar prioridad a sus grupos de interés en los aspectos ética, social y ambiental, donde la responsabilidad social del banco debe ser inherente a sus actividades comerciales. Definición operacional: Las entidades bancarias deben priorizar a

sus grupos de interés, incrementando su responsabilidad social empresarial, reputación, imagen institucional y rentabilidad.

La población la conformaron todos los clientes que asistieron al Banco frecuentemente a realizar múltiples actividades bancarias y consultas que totalizaron 350 clientes la muestra final fueron 324 usuarios seleccionados considerando lo siguiente:

Criterios de inclusión: Clientes que asistieron al Banco de forma frecuente a efectuar múltiples actividades bancarias y consultas. Clientes que hayan obtenido crédito bancario comprendido en 1 año en el área de negocios.

Criterios de exclusión: Clientes que asistieron de forma esporádica al Banco con frecuencia a efectuar múltiples actividades bancarias y consultas a efectuar múltiples actividades bancarias y consultas. Clientes que hayan adquirido producto bancario como adquisición de tarjetas de crédito y/o chequera en menos de 6 meses.

El instrumento aplicado, fue un cuestionario en agosto del 2022 compuesto por 36 ítems estructurado en cuatro dimensiones: ética, grupos de interés, ambiental y social. La escala de medición fue ordinal considerando los niveles de valoración (Alta, Media y Baja).

Referente a la validez de contenido intervinieron cinco expertos. En la validez de constructo, los 36 ítems reflejaron valores $r > 0,300$ (**) significativos. La confiabilidad se calculó con el Alpha de Cronbach destacando su consistencia interna donde el resultado global fue 0,982; en sus dimensiones: ética (0,948); grupos de interés (0,946); ambiental (0,957); social (0,966).

RESULTADOS Y DISCUSIÓN

Los resultados evidencian que la responsabilidad social corporativa ha sido calificada por los clientes (95,1%) media debido a sus dimensiones social (94,4%); ética (90,4%); ambiental (71,9%); y grupos de interés (90,4%); donde se evidencia el mayor problema. Según el Consejo Mundial para el Desarrollo Sostenible citado por (Díaz & Fernández, 2016) la responsabilidad social bancaria es el compromiso organizacional continuo a proceder con ética, contribuir al crecimiento económico sostenible, optimizar la calidad de vida del colaborador, familiares y sociedad.

Estos hallazgos coinciden con los resultados de Bracamonte & Valderrama (2021) donde los usuarios valoraron la responsabilidad social bancaria como baja (36,5%), regular (55,4%) y alta (8,1%). Según, Huayapa (2019) responsabilidad social corporativa aún no está muy difundida (55%), las entidades financieras no realizan ninguna acción vinculada a ella, (37%) realiza acciones desarticuladas impidiendo configurar una estrategia integral, y (8%) desarrolla estrategias integrales.

Referente a social (94,4%) media las características que reflejaron mayor debilidad al indicar nunca, casi nunca, a veces fueron debido a los indicadores Informe de acciones sociales y balance social, Divulgan información sobre la gestión ambiental bancaria (93,5%); Participación en actividades sociales, El banco genera programas sociales para mejorar sus servicios (92,6%). Coincidiendo con Bracamonte & Valderrama (2021) donde se refleja que esta dimensión se encuentra baja (20,8%), regular (68,8%) y alta (10,4%). Se refiere a ejecutar acciones socialmente responsables, según el contexto organizacional y sus particularidades culturales específicas de sus grupos de relación internos.

El sector financiero concentra un porcentaje poblacional mayoritario que no percibe buenas prácticas sociales y no es beneficiada toda la colectividad (Peña et al. 2019). Los aspectos sociales, se refieren a los impactos producidos por el banco en las personas, principalmente en sus trabajadores, y en las comunidades cercanas. Una buena gestión de los recursos humanos involucra una responsabilidad colaborativa para fomentar calidad de vida en un ambiente laboral y su desarrollo integral (Ramos et al., 2018)

Actualmente, la sociedad espera que las empresas le aporten recursos para mejorar su calidad de vida (Carroll ,1979) citado por Balbás, 2020), esto amerita compromiso e implicación con la comunidad. Además, informar sobre las acciones sociales y presentar un balance social que contribuyen a preservar y mejorar la herencia ecológica común. La responsabilidad social comprende compromisos y responsabilidades en cuanto al medio ambiente y sociedad (Özkan et al., 2020; Bustamante, Bustamante & Caamaño, 2020).

Es un componente importantísimo para la reputación empresarial, es necesario valorarla y comunicar correctamente en las memorias de sostenibilidad todas las contribuciones a la comunidad. También, afecta la imagen organizacional percibida por los usuarios o clientes (Hidalgo, 2018). La responsabilidad social bancaria se enfoca en la gestión interna bancaria, implementando iniciativas responsables socialmente, estrategias para la mejora ambiental continua, y los recursos humanos (De La Cuesta, 2017)

Respecto a Ética (90,4%) media; correspondiente a los indicadores Compromisos éticos, Demuestran un proceder ético en su accionar con el usuario en el cumplimiento de lo ofrecido (85,2%); relaciones transparentes con las partes interesadas, Cuando se le presenta algún inconveniente recibe un trato digno (84,6%). Coincidiendo con Bracamonte & Valderrama (2021) donde se refleja que esta dimensión se encuentra baja (44,3%), regular (45,1%) y alta (10,7%) puede afectar las relaciones con los stakeholders internos de un banco entre ellos gerentes, empleados y propietario, donde deben prevalecer valores como el respeto, justicia, responsabilidad, honestidad y compromisos éticos (Bracamonte & Valderrama, 2021)

Según Carroll (1979) citado por Balbás (2020) la ética consiste en practicar principios éticos y cumplir con las políticas ya fijadas, esto contribuye a elevar el desarrollo de responsabilidad social, rentabilidad e imagen institucional (Cea, 2010). Sobre los compromisos éticos la entidad debe asumir una actuación responsable y ético para obtener ventajas competitivas (Rubio & Fierro, 2016). También, es importante total transparencia (Marulanda, 2014). Estas estrategias empresariales son parte del gobierno corporativo, están diseñadas para garantizar que sus operaciones sean éticas beneficiando a la sociedad.

Igualmente, Ambiental (71,9%) media; correspondiente a los indicadores Mejora de procesos de gestión ambiental, promueve apoyo social en precautelar ante temáticas vinculadas al ambiente (79,0%); Compromiso con la calidad ambiental, Existe vinculación entre los proyectos gubernamentales y las políticas del banco (78,1%). Coincidiendo con Bracamonte & Valderrama (2021) donde se refleja que esta dimensión se encuentra baja (31,5%), regular (55,7%) y alta (12,8%). Hernández (2020) indico que los bancos obtuvieron una calificación (70,99) puntos en desempeño ambiental, demostrando una correlación positiva con la Q de Tobin creando valor para los accionistas.

Esta dimensión mide la contribución del banco en minimizar recursos, reducir las emisiones e innovar productos. Se refiere a implementar acciones para mejorar los impactos medioambientales que generan las empresas al operar o ejecutar sus actividades Bracamonte & Valderrama (2021). Implica comprometerse con mejorar la calidad ambiental asumiendo su responsabilidad sobre los efectos ambientales resultantes del proceso productivo, cumplir con la legislación aplicándola dentro del marco legal.

Igualmente, mejorar procesos de gestión ambiental, fomentar iniciativas que impulsen este compromiso, usando tecnologías amigables con el medioambiente (United Nations Global Compact, 2015). Conservar el medio ambiente ejecutando acciones encaminadas a preservar la herencia ecológica común y prevenir la contaminación. (Truño, 2016). Es importante evaluar todos los recursos naturales utilizados por el banco para crear sus productos o en su línea productiva.

Los líderes bancarios, deben orientarse a buscar mejores prácticas ambientales o producción más limpias, considerando al medio ambiente como un componente clave para el desarrollo financiero, donde el empresario, empleados, colaboradores y comunidad, tomen conciencia y practiquen alternativas tecnológicas minimizando los daños ambientales, considerando que la ética ambiental es primordial para obtener logros efectivos.

Por último, Grupos de interés (90,4%) media con sus indicadores Órganos reguladores y Gobiernos ítem 17 cumple la entidad a cabalidad con los procedimientos para no crear dinero

por acciones ilícitas (83,6%); Clientes, en la atención al público se toman en cuenta sus necesidades (75,0%). Coincidiendo con Bracamonte & Valderrama (2021) donde se refleja que esta dimensión se encuentra baja (35,9%), regular (50,5%) y alta (13,5%). Estos autores incluyen a las personas que mantienen cierto interés en la entidad u organización, quienes requieren sus servicios o pueden ser afectados por las acciones bancarias ejecutadas.

Los resultados de Acosta (2019) evidenciaron que no hay lista genérica vinculada a grupos de interés externos e internos. Recomienda aplicar la inclusión financiera como estrategia diferenciada que ayude a obtener ventajas competitivas, accede a diferentes productos y servicios financieros para satisfacer necesidades priorizando sus grupos de interés (Truño, 2016). La responsabilidad social corporativa contribuye al cambio, sostenibilidad y rentabilidad empresarial (Malla et al., 2021). En tal sentido constituye un desafío para la institución bancaria relacionada con el gobierno, empresas, organizaciones benéficas, clientes y sociedad (Muhammad et al., 2022).

Vilca et al., (2022) indicaron que la RSE se relaciona con la percepción del cliente respecto a RSE los encuestados estar de acuerdo en inclusión social (41.8%), impacto negativo (47.8%), programas sociales (26.5%) protección del ambiente: (30.9%), reciclaje (35.8%) y sobre percepción expectativa (44.7%), satisfacción (44.9%), confiabilidad (52.2%) opinión, (52.2%), experiencia (44.7%).

Tabla 1.

Valoración de la responsabilidad social corporativa en una institución bancaria pública, según dimensiones e indicadores

Variable / Dimensión/indicador	Nivel de valoración (%)		
	Baja	Media	Alta
Responsabilidad Social	15,1	79,9	4,9
Ética	20,7	69,8	9,6
Compromisos éticos	20,7	73,1	6,2
Relaciones transparentes con las partes interesadas	20,7	68,8	10,5
Divulgación de valores	2,8	59,0	38,3
Grupos de interés	9,0	71,0	20,0
Colaboradores	14,2	59,0	26,9
Clientes	9,9	67,6	22,5
Órganos reguladores y Gobiernos	9,9	75,3	14,8
Ambiental	11,1	71,9	17,0
Compromiso con la calidad ambiental	11,7	71,6	16,7
Mejora de procesos de gestión ambiental	11,7	72,8	15,4
Conservación del medio ambiente	10,5	72,5	17,0
Social	20,1	74,4	5,6
Organización de la acción social	20,4	66,4	13,3
Participación en actividades sociales	19,4	74,7	5,9
Informe de acciones sociales y balance social	20,4	74,4	5,2

Fuente: Registro de datos sobre responsabilidad social

Tabla 2.

Características de la responsabilidad social corporativa en una institución bancaria pública (ítems)

Características	Opciones de respuestas (%)				
	Nunca	Casi Nunca	A veces	Casi Siempre	Siempre
1. Considera usted que los colaboradores practican la ética con sus clientes.	0,9	17,9	64,2	13,3	3,7
2. Demuestran responsabilidad en su accionar con el usuario para reducir incidentes.	1,2	19,8	56,5	21,0	1,5
3. Demuestran un proceder ético en su accionar con el usuario en el cumplimiento de lo ofrecido	0,9	20,4	63,9	11,7	3,1
4. Cuando se le presenta algún inconveniente recibe un trato digno.	1,2	19,4	63,9	12,3	3,1
5. Muestran los empleados disposición honesta en la atención al público.	0,9	19,4	49,7	27,2	2,8
6. Procuran dar información de fácil accesibilidad	0,6	20,4	44,1	32,4	2,5
7. Existe confidencialidad en las diligencias bancarias de los clientes acordes a los valores éticos.	1,2	17,6	42,6	37,7	0,9
8. Se divulga visualmente valores basados en los principios que rigen la política bancaria.	1,2	1,5	36,1	59,0	2,2
9. Guardan privacidad de los valores monetarios de los clientes.	0,9	2,8	38,6	54,9	2,8
10. Se evidencia satisfacción de los colaboradores en el servicio prestado.	2,2	12,3	55,6	26,9	3,1
11. Considera reciben beneficios que reflejan su permanencia laboral.	1,2	13,0	54,6	28,4	2,8
12. Demuestran los colaboradores excelencia de servicio en atención al usuario.	0,9	13,0	52,2	31,2	2,8
13. Se implementan políticas innovadoras que vayan en beneficio de la atención al público.	1,2	9,0	59,9	26,2	3,7
14. En la atención al público se toman en cuenta sus necesidades.	0,9	10,2	63,9	22,5	2,5
15. Se evidencia respeto a la confidencialidad del cliente	0,3	16,4	54,0	27,5	1,9
16. Implementa el banco la responsabilidad social corporativa en proyectos específicos.	0,0	9,9	60,5	29,6	0,0
17. Cumple la entidad a cabalidad con los procedimientos para no crear dinero por acciones ilícitas.	0,0	9,9	73,8	16,4	0,0
18. Participa la entidad en proyectos gubernamentales para solucionar problemas colectivos	0,0	9,9	63,9	26,2	0,0

19. Implementa el banco programas ambientales que repercutan responsablemente en la protección del medio ambiente	1,5	10,5	63,0	21,3	3,7
20. Existe vinculación entre los proyectos gubernamentales y las políticas del banco.	1,2	14,5	62,3	17,9	4,0
21. Está presente en compromisos referidos a cuidar el medio ambiente	1,5	10,8	57,1	26,2	4,3
22. Genera la entidad iniciativa que promuevan la responsabilidad ambiental.	1,9	10,8	65,7	17,9	3,7
23. Se impulsa el desarrollo de tecnologías promoviendo la protección medio ambiente	0,9	9,9	62,7	23,5	3,1
24. Promueve apoyo a la sociedad en precautelar ante temáticas vinculadas al ambiente,	2,5	13,6	63,0	18,2	2,8
25. Contribuyen a preservar la herencia ecológica común.	1,5	8,6	64,8	20,1	4,9
26. Consideran una prioridad el cuidado ecológico.	1,5	9,6	55,6	30,9	2,5
27. Promueve acciones para prevenir la contaminación ambiental.	1,5	9,6	59,0	25,9	4,0
28. Los colaboradores son socialmente responsables con la entidad bancaria.	0,6	19,8	60,5	17,6	1,5
29. Implementan propuestas para satisfacer necesidades sociales de grupos vulnerables	0,9	19,4	65,1	12,7	1,9
30. Ejecuta acciones de comportamiento socialmente responsable con los clientes internos	1,2	19,1	56,2	21,6	1,9
31. El banco genera programas sociales para mejorar sus servicios.	1,2	18,5	72,8	4,9	2,5
32. El banco participa en proyectos sostenibles que contribuyen a optimizar su productividad.	0,6	19,1	70,4	8,3	1,5
33. El banco desarrolla planes para mejorar el bienestar social del colaborador.	0,9	18,8	60,2	17,3	2,8
34. Realizan acciones determinadas que benefician a la conservación de la herencia ecológica común	0,9	19,1	69,1	9,6	1,2
35. Divulgan información sobre la gestión ambiental bancaria.	1,2	19,8	72,5	4,3	2,2
36. Comunica a los clientes que de sus acciones sociales en beneficio de la herencia ecológica común.	1,5	19,1	63,9	13,3	2,2

Fuente: Registro de datos sobre responsabilidad social

Según resultados existe la necesidad de aumentar la responsabilidad social corporativa en la entidad bancaria cumple especialmente en la dimensión ambiental especialmente en la mejora

de procesos de gestión ambiental cumpliendo sus compromisos ambientales, impulsando el desarrollo tecnológico, protegiendo al medioambiente y apoyando iniciativas sociales vinculadas al ambiente. El sector bancario tiende a ser una industria generadora de rentabilidad económica, debe implantar estrategias inclusivas que promuevan un mejor servicio a todos los clientes (Platonova et al., 2018)

CONCLUSIONES

La responsabilidad social bancaria es un compromiso organizacional continuo a proceder con ética, contribuir al crecimiento económico sostenible, optimizar la calidad de vida del colaborador, sus familiares y sociedad. Está fundamentada en principios morales en función del bienestar común, su implementación genera beneficios efectivos a la organización. Está subdividida en dimensiones: ética, grupo de interés, ambiental y social.

siendo necesario implementar iniciativas responsables socialmente, estrategias para una mejora ambiental continua, y capacitar al talento humano, entre otros.

Es importante resaltar que una cultura bancaria socialmente responsable no solo busca obtener ganancias financieras sino también gestionar los riesgos legales, éticos, sociales y medioambientales preocupándose por la comunidad, grupos de interés, reputación e imagen corporativa. También establecer un buen gobierno corporativo para optimizar la gerencia organizacional aplicando valores y acciones mediante una gerencia transparente, empleando indicadores de rendimiento garantizando así un adecuado desempeño organizacional.

Finalmente, existe la necesidad de responsabilizarse con mejorar la calidad ambiental asumiendo el compromiso sobre los efectos ambientales resultantes de las operaciones bancarias, cumplir con la legislación y aplicarla dentro del marco legal. En este sentido, es esencial determinar los riesgos y adoptar medidas para mitigarlos, garantizando así los derechos e intereses de las empresas privadas, financiadores y sociedad civil mediante el diseño de procesos corporativos al dar créditos e invertir en determinados proyectos, ya que tanto la banca como los clientes necesitan sostenibilidad ambiental, estabilidad social y jurídica en las inversiones que realizan.

LISTA DE REFERENCIAS

- Acosta, G. (2019). Responsabilidad social empresarial: inclusión financiera en el sistema bancario privado ecuatoriano. *Revista Científica Visión Del Futuro*, 23(1), 115–137. <https://www.redalyc.org/journal/3579/357959548007/html/>
- Al Mubarak, Z. et al. (2019). Impact of corporate social responsibility on bank's corporate image. *Social Responsibility Journal*. DOI:10.1108/SRJ-01-2018-0015
- Ali, M. & C. P. (2018). Transformational Leadership, Organizational Commitment and Innovative Success. *Market Forces, College of Management Sciences*. MPRA Munich Personal Repec

- Archive, 18(1), 41–55. https://mpr.aub.uni-muenchen.de/88134/1/MPRA_paper_88134.pdf
- Asociación de Bancos Privados del Ecuador (ASOBANCA). (2017). Evolución de la Banca. <https://www.asobanca.org.ec/publicaciones/evoluci%C3%B3n-de-labanca/evoluci%C3%B3n-de-la-banca-noviembre-2017>
- Balbás, Laura. (2020). Contribución de los modelos de Gestión de la Calidad a la adopción de Buenas Prácticas de RSC en el sector bancario [Tesis de Maestría, Universidad Nacional de Educación a Distancia]. <http://62.204.194.45/fez/view/bibliuned:master-CEE-SyRSC-Lbalbas>
- Balseca, A. (2017). Modelo de gestión de calidad para el departamento de operaciones del Banco Pichincha sucursal Riobamba y el servicio al cliente [Tesis de Doctoral]. Universidad Regional Autónoma de los Andes.
- Barrio, E. (2016). La gestión de la responsabilidad social corporativa en el caso Unilever, en España, 2016 [Tesis de Doctorado, Universidad Autónoma de Barcelona]. <https://tdx.cat/bitstream/handle/10803/384844/ebf1de1.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Bracamonte, N. & V. Lucio. (2021). Responsabilidad social bancaria y su influencia en la competitividad. *Veritas Et Scented*, 10(1).
- Bugandwa, T. et al. (2021). Linking corporate social responsibility to trust in the banking sector: exploring disaggregated relations. *International Journal of Bank Marketing*, 39(4), 592–617.
- Bustamante, M., B. C., C. & B. v. (2020). Análisis de los informes de responsabilidad social empresarial que influyen en la relación entre stakeholder y la calidad de la sociedad corporativa. *UCE Ciencia. Revista de Postgrado*, 8(1), 1–8. <http://uceciencia.edu.do/index.php/OJS/article/view/187>
- Canto, G. et al. (2016). Diagnóstico y propuestas de mejora para una banca socialmente responsable, en el Perú [Tesis de maestría]. Pontificia Universidad Católica del Perú.
- Castro, A. & C. D. (2020). Caracterización de la responsabilidad social corporativa en la sucursal de un banco de la ciudad de Cartagena de Indias. *Revista Vínculos*, 17(1), 80–92. <https://doi.org/DOI:https://doi.org/10.14483/2322939X.16648>
- Cea, R. (2010). La responsabilidad social corporativa en las entidades bancarias de la Unión Europea. Análisis empírico y propuesta de modelo normalizado [Tesis Doctoral, Universidad Autónoma de Madrid]. https://repositorio.uam.es/bitstream/handle/10486/4183/28409_cea_moure_ramiro.pdf

- CONCYTEC. (2018). Compendio de normas para trabajos escritos (C. Instituto Colombiano de Normas Técnicas y Certificación, Ed.).
- De la Cuesta, M. (2017). La responsabilidad social en el negocio bancario. Una mirada hacia la inclusión financiera de calidad. In J. R. ; C. C. V. (directores Sanchis Palacio (Ed.), Responsabilidad Social y ética empresarial en las entidades bancarias (pp. 21–42). Universidad de València.
- Díaz C., & F. J. (2016). Marco conceptual de la ética y la responsabilidad social empresarial: Un enfoque antropológico y estratégico. *Revista Empresa y Humanismo*, 19(2), 69–118.
- Echeverría, O., A. D., & M. J. (2018). La responsabilidad social empresarial en la imagen de marca afectiva y reputación. *Innovar*, 28(69), 133–148. <https://doi.org/10.15446/innovar.v28n69.71703>
- Franzoni, S. and A. A. Allali. (2018). Principles of Islamic Finance and Principles of Corporate Social Responsibility: What Convergence. *Sustainability*, 10(3), 637. <https://doi.org/10.3390/su10030637>
- Freeman, R. (1994). The politics of stakeholder theory: Some future directions. *Business Ethics Quarterly*, 4(4), 409–421.
- Global Findex. (2017). The Global Findex Database 2017: Measuring Financial Inclusion and the Fintech Revolution (La base de datos Global Findex 2017: La inclusión financiera en cifras y la revolución tecnológico-financiera) . doi: 10.1596/978-1-4648-1259-0. <https://openknowledge.worldbank.org/bitstream/handle/10986/29510/211259ovSP.pdf>
- Hernández, J. (2020). La responsabilidad social en el sector bancario: análisis a nivel internacional [Tesis Doctoral, Universidad de Extremadura]. https://dehesa.unex.es/bitstream/10662/11944/4/TDUEX_2020_Redondo_Hernandez.pdf
- Hernández, R. F. C. & B. P. (2014). Metodología de la Investigación (S. A. Mcgraw-Hill / Interamericana editores, Ed.; 6th ed.).
- Hidalgo, O. (2018). Influencia de la responsabilidad social empresarial en la imagen institucional de las entidades Financieras de Tacna, año 2017 [Tesis de Doctorado]. Universidad Privada de Tacna.
- Huayapa, M. (2019). Factores de responsabilidad social en la Gestión de las empresas microfinancieras de la Región de Apurímac [Tesis Doctoral, Universidad Nacional de San Agustín de Arequipa].

- repositorio.unsa.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12773/12907/UPhuhum.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Hurtado, J. (2015). Metodología de la investigación, una comprensión holística (Sypal, Ed.; 8th ed.).
- Malla, C. et al. (2021). Responsabilidad Social Empresarial en el sector financiero del Ecuador durante el período 2016 – 2019. *Revista Recus*, 6(2), 47–55. <https://revistas.utm.edu.ec/index.php/Recus/article/download/3208/3841/>
- Marulanda, P. (2014). Prácticas de Responsabilidad Social Empresarial de la Banca Colombiana: Estudio Documental de Bancolombia, Banco de Bogotá y Davivienda. <http://www.bdigital.unal.edu.co/48894/1/43839412.2015.pdf>
- Muhammad, A. et al. (2022). Does stakeholder pressure matter in Islamic banks' corporate social responsibility and financial performance. *International Journal of Ethics and Systems*. <https://doi.org/10.1108/IJOES-10-2021-0183>
- Özkan, P. et al. (2020). The effect of service quality and customer satisfaction on customer loyalty: The mediation of perceived value of services, corporate image, and corporate reputation. *International Journal of Bank Marketing*, 38(2), 384–405. <https://doi.org/10.1108/IJBM-03-2019-0096>
- Palella, S. & Martins, F. (2017). Metodología de la investigación cuantitativa. (FEDUPEL, Ed.).
- Peña, M. et al. (2019). Responsabilidad Social Empresarial en el Ecuador y las organizaciones financieras de la Economía Popular y Solidaria. *Yachana Revista Científica*, 8(1), 39–51. <http://repositorio.ulvr.edu.ec/handle/44000/3633>
- Platonova, E. et al. (2018). The Impact of Corporate Social Responsibility Disclosure on Financial Performance: Evidence from the GCC Islamic Banking Sector. *Journal of Business Ethics*, 151, 451–471. <https://doi.org/10.1007/s10551-016-3229-0>
- Ramos, V. et al. (2018). Diferencias del comportamiento socialmente responsable entre empresas que aplican responsabilidad social empresarial. *Revista Interamericana de Psicología*, 52(1), 140–152. <https://psycnet.apa.org/record/2018-43400-012>
- Rubio, G. , & F. F. (2016). La RSE: una teoría, diferentes visiones aplicadas. *Administración & Desarrollo*, 46(2), 160–174. <https://doi.org/10.22431/25005227.77>
- Saltos, M. & V. R. (2019). Apuntes teóricos para la promoción de la responsabilidad social empresarial en Ecuador. *Revista Espacios*, 40(43), 4. <https://www.revistaespacios.com/a19v40n43/a19v40n43p04.pdf>
- Truño, J. (2016). La responsabilidad social corporativa, una aproximación en el sector bancario. [Tesis de doctorado, Universidad Autónoma de Barcelona]. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/tesis?codigo=117115>

United Nations Global Compact. (2015). Guide to Corporate Sustainability. 11–27.
https://d306pr3pise04h.cloudfront.net/docs/publications%2FUN_Global_Compact_Guide_to_Corporate_Sustainability.pdf

Vilca, M. et al. (2022). Responsabilidad Social Empresarial y percepción de los clientes de los Bancos Comerciales en Perú. *Revista Venezolana de Gerencia*, 27(100), 1771–1787.
<https://doi.org/10.52080/rvgluz.27.100.29>.