



Caracterización de la responsabilidad social corporativa en la sucursal de un banco de la ciudad de Cartagena de Indias

Characterization of corporate social responsibility at a bank branch in the city of Cartagena de Indias

Alain Castro Alfaro¹ Dean Castro Alfaro²

Para citar este artículo: A. Castro Alfaro, D. Castro Alfaro, "Caracterización de la responsabilidad social corporativa en la sucursal de un banco de la ciudad de Cartagena de Indias". *Revista Vínculos*, vol. 17, n°. 1, pp. 80-92, enero-junio. 2020. DOI: <https://doi.org/10.14483/2322939X.16648>

Recibido: 08-05-2020 / Aprobado: 25-05-2020.

Resumen

El objetivo central del artículo es el estudio sobre la caracterización de la responsabilidad social corporativa (RSC) en la sucursal de un banco de la ciudad de Cartagena. Se utilizó como tipo de investigación el descriptivo, seguido del diseño no experimental, debido a que no se manipuló ninguna de las variables objeto de estudio. A su vez, se utilizó el método de observación, porque se ejecutó una visita a la sucursal bancaria para verificar cómo se estaba llevando la RSC en ella. Se aplicó, a través de una muestra no probabilística por conveniencia, una entrevista a los empleados, clientes y proveedores. Los resultados obtenidos demuestran que el banco sí cumple con la responsabilidad social al desarrollar sus actividades internas y externas dándole beneficio a su entorno y un valor agregado a la organización por medio de un buen nombre.

Palabras clave: banco, programas de responsabilidad social empresarial, responsabilidad social corporativa, sucursal bancaria.

Abstract

The main objective of the article was to study the characterization of corporate social responsibility at a bank branch in the city of Cartagena. The descriptive study was used as the type of investigation, followed by the non-experimental design because none of the variables under study were manipulated. In turn, the observation method was used, since a visit was made to the bank branch to verify how the CSR was being carried out in it. In turn, an interview with employees, customers and suppliers was applied through a non-probability sample for convenience. The results obtained demonstrate that the bank does comply with social responsibility by developing its internal and external activities, giving benefits to its environment and added value to the organization through a good name.

Keywords: bank, corporate social responsibility programs, corporate social responsibility, bank branch.

-
- 1 Magíster Gestión Alta Dirección, Universidad Nacional Federico Villarreal, Perú. Docente e Investigador del grupo Cartaciencias de la Corporación Universitaria Rafael Núñez, Colombia. Correo electrónico: alain.castro@curvirtual.edu.co. ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-1727-7770>
- 2 Ingeniero industrial de la Universidad Inca Garcilaso de la Vega, Perú. Candidato a Magíster en Educación de la Universidad José Carlos Mariátegui, Perú. Docente Investigador. Correo electrónico: profedeancastro2012@hotmail.com

1. Introducción

La responsabilidad social empresarial (RSE) es la capacidad de respuesta que tiene una empresa frente a los efectos e implicaciones de sus acciones sobre los diferentes grupos con los que se relaciona. Esta responsabilidad se convierte en un compromiso con el bienestar de los empleados, donde se dé una formación continuada para dar posibilidades de mejoramiento de las competencias y cualificaciones de los empleados [1], además del beneficio a las comunidades donde opera, el medio ambiente, los proveedores, accionistas y consumidores, mejorando así la calidad de vida de cada uno de los entes que hacen parte directa e indirecta de su cadena de valor.

Por lo tanto, para el Banco Falabella ser socialmente responsable significa ejercer con ética la actividad bancaria en todas sus dimensiones y en todo momento, cumpliendo con la normatividad vigente, desarrollando y adoptando buenas prácticas en aspectos que fortalezcan el gobierno corporativo, la transparencia y funcionamiento del sector.

Lo anterior implica un alto grado de responsabilidad, en primer lugar, con sus consumidores, sin quienes finalmente el objeto social de las entidades no podría llevarse a cabo, teniendo presente que los clientes son los que dan vida a la organización [2]. Ante esto, es deber satisfacer las necesidades del cliente a través de un valor definido, el cual son los servicios que el banco ofrece [3], [4]. A su vez, la banca tiene la obligación de velar por la seguridad de los ahorros de sus clientes; de canalizar recursos para financiar su consumo, vivienda y actividades productivas, gestionando de manera óptima el riesgo inherente a esta actividad; de soportar eficientemente el sistema de pagos requerido por la economía y de ofrecerles productos y servicios adecuados a sus necesidades con calidad en la atención.

En segundo lugar, existe una responsabilidad muy fuerte con el bienestar de sus colaboradores y sus familias a través de la generación de empleos de

calidad y del cumplimiento de la legislación laboral vigente; siendo así, para que exista un desarrollo humano es menester generar un mejor ambiente en el cual los individuos puedan expandir sus potencialidades [5]. En tercer lugar, se encuentra la responsabilidad con sus accionistas, sin los cuales las entidades no podrían existir y quienes depositan su confianza en los administradores para generar más valor de forma sostenible. En cuarto lugar, con sus proveedores, socios estratégicos para el negocio. Por último, su compromiso es con el entorno y la comunidad, a través del apoyo a iniciativas de las organizaciones de la sociedad civil en materias claves para el desarrollo como educación, salud y emprendimiento, y mediante el desarrollo de acciones que protejan el medio ambiente.

Es así como la responsabilidad social empresarial supone también un compromiso con el desarrollo sostenible del país, entendido como aquel que permite satisfacer las necesidades de las generaciones presentes sin comprometer las posibilidades de las generaciones del futuro.

En el siguiente trabajo se plantea una profundización en el tema de la responsabilidad social corporativa en la sucursal del banco Falabella de la ciudad de Cartagena, a través de la identificación de los programas de RSE que el banco aplica y ver su incidencia en la organización bancaria.

2. La responsabilidad social empresarial

La responsabilidad social de los empresarios había sido aplicada por unos u otros de acuerdo con su voluntad hasta los años 50, década en la cual se inicia el estudio desde la óptica académica de cada acto socialmente realizado por los empresarios. Es así como surgen dos posiciones frente a lo que hoy en día se denomina RSE o responsabilidad social corporativa (RSC).

Entonces, la primera postura alrededor de la RSE fue propuesta por Friedman en el año 1962, quien

argumentaba que el único objetivo que debían seguir las compañías era el beneficio empresarial y que los dirigentes de las empresas debían preocuparse únicamente por los intereses de los *stakeholders*. En consecuencia, las empresas deben optar solo por políticas que generen valor para los accionistas y para la firma, independientemente del resto de grupos de interés con los que se relacione [6].

Amado y Niño [7] amplían la conceptualización manifestando que la teoría clásica planteada por Friedman se caracteriza por la nula asunción de responsabilidades sociales y considera que la única responsabilidad social de la empresa debe ser la generación de ganancias a favor de sus dueños, accionistas y trabajadores en un marco de competencia libre y abierta, eso sí, siempre estando dentro de los parámetros legales; en este sentido, concluyen que si la empresa sacrificase sus ganancias en nombre de la responsabilidad social sería menos atractiva para los inversionistas, trabajadores y los consumidores. De acuerdo con su planteamiento, la responsabilidad social hacia la sociedad es responsabilidad del Estado, por lo que las empresas

no se deben preocupar por este tema. Este es un planteamiento probablemente dirigido hacia economías de países desarrollados.

Ahora bien, Benjumea [8], indica que la segunda postura propuesta por Frederick en el año 1960 indica la necesidad de tener en cuenta los intereses y las necesidades de todos los grupos relacionados directa o indirectamente con la actividad de la empresa. Aparece entonces el concepto de grupos de interés o *stakeholder*, término acuñado por parte del Instituto de Investigación de Stanford y bajo el cual se propuso que las empresas necesitan responsabilizarse de una variedad de *stakeholders* sin cuyo soporte la organización dejaría de existir.

Esta teoría es ampliada posteriormente por varios investigadores, uno de ellos Carroll [9], quien propone la pirámide de la responsabilidad social donde los *stakeholders* se organizan de una manera escalonada (Figura 1).

Asimismo, se expone que a partir del planteamiento de los *stakeholders* se propone un nuevo enfoque



Figura 1. Pirámide de la Responsabilidad Social Empresarial

Fuente: [7].

integral y no parte de los dos planteamientos tradicionales “enfoque correctivo” y “enfoque funcional”, dado que se considera que el correctivo consiste en entender la ética como un antídoto contra la lógica de la propia empresa y el funcional busca concebir la ética como un instrumento al servicio de la estrategia empresarial. Se considera, entonces, que los dos conciben la empresa como un sistema cerrado, aislado del contexto humano y social que la envuelve [10]. Se propende por un enfoque integral que entienda que la dimensión moral no es algo externo a la empresa ni tampoco un mero instrumento al servicio del beneficio empresarial, sino que responde más bien, a la necesidad de legitimación o

validez que requiere la empresa como institución social que es [11].

Los avances de Adela Cortina conllevan a dimensionar la cultura empresarial a partir de la teoría de RSE propuesta inicialmente por Frederick, por lo que la voluntad empresarial a partir de cada grupo de interés se agrupa en la Figura 2.

El sector financiero colombiano y la RSE

Las entidades financieras en Colombia siguen los lineamientos propuestos por Frederick, puesto tienen en cuenta sus grupos de interés, los cuales se

GRUPOS	INTERESES
Internos	
Socios y Accionistas	<ul style="list-style-type: none"> - Beneficio e incremento del valor de las empresas - Rentabilidad y liquidez de las inversiones - Transparencia de las operaciones y proyectos - Participación y control de la gestión
Directivos	<ul style="list-style-type: none"> - Poder de decisión y control: capacidad de gestión - Influencia, prestigio e ingresos - Desarrollo de las ideas y capacidades propias - Maximizar el valor de la empresa
Trabajadores	<ul style="list-style-type: none"> - Salario, prestaciones sociales, seguridad, higiene y salud laboral - Seguridad en el puesto de trabajo - Promoción profesional y humana - Capacidad de interlocución: participación
Externos	
Cientes	<ul style="list-style-type: none"> - Calidad y justa relación calidad - precio - Información veraz y clara sobre los productos y servicios - Garantía de la integridad, seguridad y salud de los consumidores, usuarios y clientes - Servicio posventa
Proveedores	<ul style="list-style-type: none"> - Aceptación de los principios de libre mercado - Capacidad de pago - Información clara de las posibilidades comerciales - Respeto de las marcas y de la propiedad industrial
Competidores	<ul style="list-style-type: none"> - Respeto a las reglas de la libre competencia - Reciprocidad de las relaciones - Cumplimiento de los compromisos - Cooperación en las diferentes políticas empresariales
Comunidad: - Entorno - Estado - Sociedad en general	<ul style="list-style-type: none"> - Legales: obligaciones fiscales, cumplimiento de la legislación vigente - Sociales: contribución positiva al desarrollo económico y al empleo. Colaboración activa con las instituciones sociales, culturales y científicas. - Respeto por los valores morales, tradicionales y religiosos - Medioambientales: cuidado, respeto y mejora del medioambiente

Figura 2. Dimensiones de la voluntad empresarial

Fuente: [7].

pueden agrupar en las dimensiones de la voluntad empresarial de Adela Cortina, pero poseen distintas dinámicas entre unos y otros, es decir, los clientes de un banco tienen intereses iguales a los de otro, pero con variaciones.

Por tal motivo, el sector financiero colombiano presenta a la RSE desde tres líneas de acción que corresponden a los temas social, ambiental y económico, orientándose bajo las guías e indicadores nacionales e internacionales (GRI, ISO, pacto global) a los cuales se han adherido sus miembros de acuerdo con las sugerencias de Asobancaria y la Superintendencia Financiera de Colombia [12].

Continuando, en Colombia el Estatuto Orgánico del Sistema Financiero establece la estructura general del sector financiero y asegurador, donde divide las entidades que lo integran en las siguientes categorías:

- Establecimientos de crédito.
- Sociedades de servicios financieros.
- Sociedades de capitalización.
- Entidades con régimen especial.
- Entidades aseguradoras.
- Intermediarios de seguros y reaseguros.
- Sociedades de servicios técnicos y administrativos.

En la actualidad, los establecimientos de crédito o bancarios, que en adelante se denominarán “el sector bancario colombiano”, se encuentran conformados por establecimientos que aportan al PIB (producto interno bruto) nacional colombiano en el grupo de servicios financieros en un 19.31% a 2011, convirtiéndolo en parte vital para el desarrollo sostenible del país, al ser el que irriga la liquidez de capital a todos los demás sectores con su

intermediación entre captaciones y colocaciones. Por ello, sus actuaciones deben estar enfocadas a lograr un equilibrio entre el crecimiento económico y el bienestar social de sus diferentes *stakeholders*.

En cuanto al balance social de la banca colombiana, Asobancaria [13], presenta los principales aspectos que son tenidos en cuenta por el sector bancario colombiano frente al desarrollo e implementación de sus programas de RSE:

- Líneas de acción de la RSE social, ambiental y económica.
- Guías e indicadores de una gestión responsable.
- Guías e indicadores de consolidación de una gestión responsable para el sector financiero.
- ¿Qué significa ser socialmente responsable? Ejercer con ética la actividad bancaria en todas sus dimensiones y en todo momento, cumpliendo con la normatividad vigente, desarrollando y adoptando buenas prácticas en aspectos que fortalezcan el gobierno corporativo, la transparencia y funcionamiento del sector.
- Grupos de interés del sector financiero (consumidores financieros, colaboradores, accionistas, proveedores, comunidades y medio ambiente).

Ahora bien, en la época contemporánea se exige de forma ineludible la aplicación de la RSE por cuenta de los empresarios. De igual forma, durante esta época varios investigadores han fortalecido la teoría de Frederick indicando que la RSE debe incluir, además de los *stakeholders*, otros aspectos como la ética, el papel social y el desarrollo sostenible.

Es así como Amado y Niño [7] plantean que los acercamientos de las empresas en general hacia la responsabilidad social han sido muy fragmentados y desconectados del negocio y la estrategia. Consideran que si en lugar de esto las corporaciones

guiaran sus perspectivas de responsabilidad social usando los mismos marcos que guían su núcleo del negocio, lograrían descubrir que la RSE puede ser mucho más que un costo, una limitación o un acto de caridad, en cambio puede ser una oportunidad, una innovación o una ventaja competitiva. De acuerdo con los autores, existen cuatro justificaciones imperantes para la RSE: obligación moral, sostenibilidad, licencia para operar y reputación. Cada una de ellas debe ser un pilar fundamental para conllevar una excelente carrera hacia la misma.

Por otra parte, no hay que perder de vista que la RSE también está sustentada en la competitividad y, para ello, es necesario llevar a cabo estrategias en pos de ella. Ahora bien, Colombia, a partir de la década pasada, se ha convertido en uno de los países donde se genera inversión internacional, es considerado por los inversionistas como uno de los destinos preferidos [14]. Ante lo dicho, el pensamiento estratégico, el cual según Bernal [15], es un arte para la formulación, implantación y evaluación de decisiones para que la empresa pueda conseguir sus objetivos, debe permear en las organizaciones con el fin de prever y establecer los dinamisismos que las organizaciones deben tomar para lograr el éxito en el mercado [16], [17]. A su vez, entendiendo que la competitividad es uno de los elementos que mayor incide en la motivación y que es de ayuda para que los trabajadores de un ente organizativo mantengan un alto nivel de productividad [18], [19].

3. Resultados

3.1. Identificación de los programas de responsabilidad social corporativa aplicados por la sucursal del banco Falabella S.A. en su ámbito interno y externo.

Programa voces emprendedoras

El Banco Falabella S.A. oficializó su alianza con América Solidaria, una fundación de origen chileno,

la cual busca la construcción de redes de cooperación para fortalecer proyectos locales con profesionales voluntarios que mejoren la calidad de vida de las personas más pobres y excluidas del continente.

Esta iniciativa avanza en la ejecución de dos programas en zonas vulnerables de Bogotá D.C. que benefician a más de 200 niños y jóvenes. Uno de estos programas es Voces emprendedoras, el cual busca contribuir a la formación de más de 40 niños, niñas y adolescente entre los ocho y diecisiete años de edad de la vereda de Quiba, Guabal, a través de acciones encaminadas a fortalecer el emprendimiento social juvenil y liderazgo. El otro proyecto es Enlazando historias, el cual busca la implementación de un modelo de trabajo donde cerca de 60 niños, niñas y adolescentes, 68 abuelos y 100 familias, puedan desarrollar habilidades sociales y de aprendizaje para fomentar la enseñanza incluyente en sector El Codito en Bogotá D.C.

Además de estos dos programas, en 1965 la empresa decidió respaldar la construcción de un edificio que permitió reiniciar las actividades de una deteriorada escuela de la comuna de Estación Central en Santiago de Chile. En 1969, dicho establecimiento fue formalmente apadrinado por la empresa, siendo reinaugurado con el nombre de "Arnaldo Falabella". Lo que se inició de esta forma fue adquiriendo cada vez mayor fuerza y extendiéndose no solo a otras ciudades, sino también a otros países de la región como Colombia. El programa Haciendo escuela se desarrolla en conjunto con las municipalidades, directores de las escuelas y un equipo interdisciplinario de Falabella. Lo anterior permite que se orienten de una mejor manera los recursos, priorizando eficientemente los aportes disponibles de acuerdo con las características y necesidades de cada escuela. Existen cinco áreas fundamentales de apoyo: cultura, valores, deporte, conocimiento e infraestructura.

No obstante, el Banco Falabella en su ámbito externo desarrolla un convenio con el Ministerio de Educación

Tabla 1. Programas de RSE aplicados por el Banco Falabella S.A.

Programa o proyecto	Objetivos	Actividades	Indicador	Evidencias
Voces emprendedoras	Formar niños, niñas y adolescentes como agentes de cambio a través de acciones que fortalezcan el emprendimiento social juvenil y liderazgo.	Talleres de música, deporte, dibujo, emprendimiento, medio ambiente liderazgo y promoción de lectura a través de cine creación de historias, lectura en voz alta y lectura compartida.	Número de niños vinculados.	Informe RSE Banco Falabella.
Haciendo escuela	<ul style="list-style-type: none"> • Difundir conocimiento acerca de las tecnologías. • Mejorar la infraestructura de las escuelas. • Ofrecer un apoyo integral a los estudiantes que vayan más del horario escolar. 	<ul style="list-style-type: none"> • Deportes • Cultura valores • Conocimiento • Infraestructura 	<ul style="list-style-type: none"> • Número de alumnos. • Número de escuelas. 	www.haciendoescuela.com
Pioneros en educación económica y financiera	Aportar en niños y adolescentes el desarrollo de competencias básicas (matemáticas y lenguaje).		<ul style="list-style-type: none"> • Índice sintético de calidad educativa. • Número de establecimientos educativos apadrinados. 	

Fuente: elaboración propia.

Nacional en el cual implementa su propuesta llamada Pioneros en educación económica. En este entrega a los establecimientos educativos del país una ruta para desarrollar en sus estudiantes los conocimientos, las actitudes y las habilidades que les permitan comprender el entorno económico y financiero y tomar las decisiones más convenientes en esta materia. En el proyecto se hace la entrega de un maletín de herramientas de educación financiera (módulos y juegos) para alumnos, rectores y profesores.

El Ministerio de Educación Nacional, por su parte, asume el rol de coordinador logístico, con el objeto de capacitar al equipo de Banco Falabella en las herramientas y metodología pedagógica a implementar, así como realizar el enlace entre el banco y los establecimientos educativos elegidos. De esta manera, Banco Falabella avanza en iniciativas de carácter social, de la mano con una de las fundaciones mejor reputadas en el continente y que a lo

largo de seis años de operación en Colombia ha beneficiado más de 2800 niños y jóvenes.

Programa haciendo escuela

El programa “Haciendo escuela” enfoca su trabajo en los tres pilares fundamentales de la educación: los niños, los profesores y los apoderados. Por ello, la planificación del trabajo y ayuda del programa se desarrolla en conjunto con las municipalidades, directores de las escuelas y un equipo interdisciplinario de Falabella, puesto que permite mejorar los recursos, priorizando eficientemente los aportes disponibles de acuerdo con las características y necesidades de cada escuela. Existen cinco áreas fundamentales de apoyo: cultura, valores, deporte, conocimiento e infraestructura.

- Deporte: conscientes de la importancia del sano esparcimiento que los niños del programa deben

tener, se les entrega a todos los colegios la posibilidad de participar en actividades deportivas como las escuelas de fútbol, Copa Falabella y Escuelas activas. De esta forma, los alumnos aprenden valores fundamentales como el compañerismo, la lealtad, el esfuerzo y el trabajo en equipo.

- **Cultura:** enfocados en que los niños continúen con su aprendizaje fuera de las aulas y de una forma más lúdica, se realizan concursos como las olimpiadas del saber y del colegio al municipal. En la primera actividad, equipos de distintas escuelas compiten en dos categorías (matemáticas y lenguaje), mientras que en la segunda, coros y conjuntos instrumentistas compiten por llegar a una gran final en el Teatro Municipal.
- **Valores:** Haciendo escuela no solo se preocupa por que los niños aprendan y cuenten con la infraestructura necesaria, sino que a la vez brinda momentos de alegría y entretenimiento. Por lo mismo, se desarrollan talleres para los apoderados, se entregan premios a fin de año, reforzamiento escolar, entre otros.
- **Conocimiento:** uno de los pilares fundamentales de Haciendo escuela es el conocimiento; por esta razón, la gestión está orientada en dos principales áreas, reforzamiento Simce y programa lector, donde se trabaja con la implementación de bibliotecas, toma de velocidad lectora y cuenta cuentos.
- **Infraestructura:** en razón de que el programa se preocupa por que los alumnos y profesores cuenten con buenas instalaciones, se destinan recursos para mejorar las salas de clases, comedores, baños y tecnología.

Programa pioneros en educación, económica y financiera

Banco Falabella anunció su vinculación al Programa de Educación Económica y Financiera del Ministerio

de Educación Nacional, el cual tiene como objetivo promover en niñas, niños, adolescentes y jóvenes el desarrollo de competencias básicas y ciudadanas, así como el pensamiento crítico y reflexivo necesario para tomar decisiones responsables e informadas sobre temas económicos y financieros que favorezcan la construcción de sus proyectos de vida con calidad y sostenibilidad. De igual forma, con este programa el Ministerio de Educación entrega a los establecimientos educativos del país una ruta para desarrollar en sus estudiantes los conocimientos, las actitudes y las habilidades que les permitan comprender el entorno económico y financiero; lo anterior con el fin de tomar decisiones informadas, autónomas y responsables dentro y fuera del aula.

Por tanto, con esta alianza se busca entregar herramientas y conocimientos financieros a jóvenes y niños para que aprendan tempranamente a manejar sus recursos y, en el futuro, puedan tomar buenas decisiones bancarias, con el apoyo y el compromiso de nuestros colaboradores que participarán activamente en este proyecto a través del voluntariado corporativo. Las alianzas se suscribirán con veinte de los establecimientos educativos que se presenten a la Convocatoria Pioneros en Educación Económica y Financiera.

De todos los colegios, Banco Falabella apadrinará a veinte de ellos en busca de garantizar la implementación del Programa de Educación Económica y Financiera. Para ello, se asignará un equipo para que administre, controle y asegure los recursos y el cumplimiento del plan de trabajo de cada establecimiento ganador. Además, voluntarios de Banco Falabella se encargarán, junto con el rector de cada colegio y el Ministerio de Educación, de construir el plan de trabajo para la implementación del programa de Educación Económica y Financiera en cada institución y definirán el cronograma de acompañamientos, acciones, tareas e indicadores, acompañado de la entrega de un maletín de herramientas de educación financiera (módulos y juegos) para alumnos, rectores y profesores.

El Ministerio de Educación Nacional, por su parte, asumirá el rol de coordinador logístico con el objeto de capacitar al equipo de Banco Falabella en las herramientas y metodología pedagógica a implementar, así como realizar el enlace entre el banco y los establecimientos educativos elegidos. Teniendo en cuenta que el Programa de Educación Económica y Financiera busca aportar en el desarrollo de competencias básicas, dentro de las que se encuentran las competencias matemáticas y de lenguaje, Banco Falabella medirá el impacto de sus acciones a través del mejoramiento de los resultados de cada establecimiento educativo en el Índice Sintético de Calidad Educativa, lanzado el pasado 25 de marzo por el Ministerio de Educación para todo el país.

3.2. Determinar la incidencia de los programas de RSE del Banco Falabella S.A. en su ámbito externo e interno

Ámbito interno

Para medir los efectos que tienen los programas de RSE de Banco Falabella, se crearon entrevistas semiestructuradas aplicadas a los empleados y clientes, las cuales van encaminadas a determinar la incidencia de los programas de RSE del Banco Falabella S.A. en su ámbito externo e interno. A continuación, se detallan las respuestas expuestas por los empleados y clientes.

Al hablar de responsabilidad social el entrevistado opina que es el compromiso que tiene la empresa en cuanto al entorno donde se encuentra ubicada, ayudando al mejoramiento del sector, ya sea ambiental o desarrollo social, puesto que la misma sí es necesaria para el éxito de la empresa. Lo anterior favorece al entorno en el que se encuentra, de cierta forma ayuda al posicionamiento de la organización en el sector.

Por otra parte, el entrevistado afirma que la empresa donde labora sí es responsable socialmente, ya que tiene programas que ayudan al desarrollo social,

participando en actividades como América solidaria, el cual es un programa de responsabilidad social que ayuda a las personas menos favorecidas en América Latina. Por otro lado, el entrevistado afirma que sí dedica tiempo para el voluntariado corporativo y expresa que en el puesto de trabajo concientiza a los clientes que puedan hacer un aporte para contribuir con las personas menos favorecidas a través del programa América solidaria, además no recibe ningún tipo de capacitación en sus estudios por parte de la empresa, teniendo como cargo asesor de servicio.

Asimismo, otro entrevistado que labora dentro de la institución sostiene que la RSE es el trabajo que realiza una empresa por el sector que los rodea para su crecimiento, donde la responsabilidad social lleva al éxito a la empresa al ayudar a la comunidad, permitiendo que esta sea reconocida por su entorno. La empresa colabora con América solidaria para ayudar a personas necesitadas y tiene, además, programas como Dona un libro y Un regalo de navidad.

En otras entrevistas se afirma que:

- No dedica tiempo al voluntariado puesto que no se maneja en Cartagena.
- No recibe capacitación por no solicitarlo y su último cargo fue de anfitrión de servicio.
- Se afirma que la RSE es un compromiso social con la comunidad.
- Sí conoce programas como Dona un libro, Un regalo de navidad y América solidaria.
- Sí participa en actividades como un donativo que realizó América solidaria y Un regalo de navidad.
- En cuanto al gerente general de la empresa, este afirma que la RSE es el compromiso que brindamos a nuestros clientes y compañeros con voluntad.

- Sí es necesaria la RSE debido a que es el pilar para crear una empatía con la sociedad y contribuir al fortalecimiento de nuestros colaboradores.
- Se tienen programas especiales a nivel nacional para ayudar a personas de escasos recursos y al desarrollo cultural de niños y niñas.
- Sí conoce los programas tales como: Dona un libro, Un regalo en navidad y Educación financiera.
- Sí participa en actividades como un aporte de mi salario a América solidaria.
- La RSE es un compromiso que tiene la organización con la comunidad, permitiendo que la empresa sea reconocida en el medio. Conoce programas como Un regalo en navidad y América solidaria, aportando mediante las actividades en el mismo programa y no le dedica tiempo al voluntariado porque no le han dado la oportunidad.

Los resultados obtenidos mediante las entrevistas parecieran poner de manifiesto la gran influencia que la responsabilidad social tiene en el comportamiento empresarial, incluso en los países en desarrollo. A pesar del hecho de que estos resultados se basan solo en zapatillas, los resultados no son inesperados dada la evidencia científica preexistente en los países desarrollados. Estos resultados muestran que el Banco Falabella S.A., al desarrollar sus actividades internas y externas de responsabilidad social, no solo cumple con un importante imperativo ético, sino que agregan valor a su organización.

Ámbito externo

Para medir los efectos que tienen los programas de RSE de Banco Falabella se crearon un grupo de preguntas estructuradas, las cuales van encaminadas

en un primer lugar al consumidor financiero que hace parte del ámbito externo.

¿El Banco Falabella S.A. tiene efectos en el mejoramiento de la calidad de vida de los clientes?

- No ofrecen más líneas de crédito, solo de consumo. Los clientes atienden charlas de educación financiera.
- Las anteriores se manejan por correo electrónico y presencial. No se ven programas de inclusión al mercado financiero.
- Se envían extractos y se brinda información por página web para evitar el uso de papel para no contaminar y ayudar al medio ambiente.
- No se ofrecen créditos de libre inversión con facilidad de aprobación, solo se ofrece este tipo de crédito a personas con tarjeta CMR y que tengan un largo tiempo con la tarjeta de crédito Falabella.

¿Cree que las actividades productivas de Banco Falabella mejoran el acceso a los servicios financieros en los clientes?

Los clientes consideran que el Banco Falabella mejora el acceso a los servicios financieros, pues mediante las mismas se logra captar recursos, otorgar préstamos e incentivar el ahorro para así fomentar el desarrollo de cada comunidad rural.

¿Considera que el fomentar la actividad de financiamiento fortalece el objetivo de Banco Falabella?

Banco Falabella permite el acceso inmediato a crédito para atender las demandas de préstamo de familiares o personales. Además, ofrece oportunidades para que las familias ahorren su dinero en forma inmediata y segura en la misma comunidad donde viven.

¿Cree que Banco Falabella mantiene su visión de desarrollo económico y microfinanciero hacia los clientes?

Es una institución financiera focalizada y especializada, orientada a profundizar su mercado objetivo. Tiene un buen posicionamiento y reconocimiento en el ámbito regional en el cual concentra sus actividades.

¿Piensa que los procedimientos de conformación de Banco Falabella fomentan la actividad del ahorro hacia los clientes?

El Banco Falabella crea mecanismos capaces de captar el ahorro local y orientar las decisiones financieras hacia la propia comunidad, la cual debe utilizar el conocimiento local para estimular las recuperaciones, incentivar el ahorro, disminuir los riesgos y bajar los costos.

¿Cree que las normas de auditoría financiera dentro de Banco Falabella permiten fortalecer el funcionamiento organizacional?

La importancia de las normas de auditoría financiera es que facilitan una ayuda primordial al Banco Falabella al evaluar de forma relativamente independiente los sistemas de organización y de administración en la normatividad institucional, además, pone a disposición de la misma un profundo conocimiento de las operaciones, proporcionado por el trabajo de verificación de los datos contables y financieros.

4. Conclusiones

La RSE es una sinergia entre aspectos legales, éticos, morales y ambientales, es también una decisión voluntaria, no impuesta, aunque se deba actuar bajo una normatividad referente al tema. La RSE comprende aspectos internos y externos, los primeros orientados hacia la empresa y los segundos, a los

clientes, proveedores, familia de los trabajadores, la vecindad y el entorno social y ambiental. El éxito económico empresarial no depende exclusivamente de un componente estratégico de negocios, más bien depende de estrategias que conformen y respalden los beneficios de índole social; en este sentido, la gestión de la gerencia es necesaria y protagónica. Las organizaciones han reconocido la relevancia de la responsabilidad social con especial interés en programas que contribuyan con el mejoramiento del medio ambiente.

Las investigaciones sobre la RSE han generado resultados fructíferos que se hacen evidentes en la evolución, enriquecimiento y profundización del concepto. Como resultado, la RSE se ha constituido sobre ocho dimensiones: valores éticos, beneficios económicos, medio ambiente, expectativas o demandas sociales, estrategia gerencial orientada hacia la acción, grupos de interés relevantes, sostenibilidad, y responsabilidad y auditoría social. En consecuencia, la RSE involucra el manejo de una empresa que posee una estrategia gerencial orientada a la acción basada en un conjunto de políticas, prácticas y programas que se encuentran integrados a través de las operaciones del Banco Falabella S.A.

La toma de decisiones incluye un compromiso voluntario de contribuir con el desarrollo sostenible mediante la adopción de medidas que equilibran las demandas de todos los grupos de interés relevantes (accionistas, empleados, clientes, proveedores y las comunidades locales). Estas decisiones deben maximizar el impacto positivo y minimizar los efectos negativos del negocio, al tiempo que deben mantener su preocupación por las necesidades de largo plazo de la sociedad de forma tal que apunten excedan las expectativas éticas, legales, medioambientales y comerciales de la sociedad, entre otras más, tratando, a su vez, de que su desempeño refleje su responsabilidad con la sociedad, explicando, justificando o informando sobre sus acciones.

Se puede concluir que los programas de RSE del Banco Falabella son pertinentes, pero faltan mejoras en varios aspectos, los cuales son:

- Presentación de informes y documentación de las actividades.
- Incorporar dentro de los programas la población perteneciente a los lugares en donde poseen sucursales, debido a que en la actualidad quienes son los directamente beneficiados de estos programas son las personas que viven en la ciudad de Bogotá D.C.
- Ofrecer programas de prácticas empresariales y creación de primer empleo para personas recién egresadas de las instituciones universitarias.
- Accionar conjuntamente con el gobierno la iniciativa de proyectos que vayan en busca del mejoramiento de la calidad de vida de su entorno, apuntando básicamente al aspecto de saneamiento y asistencia en salud.

Por medio del estudio realizado se evidencia que los programas van encaminados a darle un valor adicional a su actividad y que se realizan por generar un beneficio a su entorno y no porque la ley los obligue a hacerlo; además, esto se constituye estratégicamente como una base para la permanencia en el campo financiero adoptada por Banco Falabella, la cual está proyectando excelentes resultados debido a la buena percepción que tiene el Gobierno, los clientes, proveedores y la sociedad en general respecto a las empresas que implementan dentro de sus programas de RSE actividades encaminadas a la capacitación y aprovechamiento del tiempo libre en niños. Según la Super Intendencia Financiera, en la legislación colombiana no existe ninguna norma que exija a las empresas del sector financiero a ayudar a la sociedad desde el aspecto educativo, recreativo y social, por lo que estas ayudas se implementan con el fin de mejorar la calidad de vida de las personas que participan en su entorno.

Referencias

- [1] P. Llano, "Entrenamiento en el área del servicio al cliente en los centros de experiencia Movistar Cartagena", *Conocimiento Global*, vol. 3, n.º 1, pp. 56-69, 2018. <http://conocimientoglobal.org/revista/index.php/cglobal/article/view/29>
- [2] A. Díaz y O. Payares, "Caracterización del estado de responsabilidad social empresarial en los hoteles cinco estrellas de la ciudad de Cartagena. Caso hotel Holiday Inn Morros Cartagena", *Conocimiento Global*, vol. 2, n.º 1, pp. 56-63, 2017. <http://conocimientoglobal.org/revista/index.php/cglobal/article/view/16>
- [3] A. Caballero, "Grado de articulación de las estrategias consignadas en el Plan Nacional de Desarrollo 2014-2018 con la situación del sector industrial colombiano", *Enfoque Disciplinario*, vol. 1, no. 1, pp. 14-20, 2016. <http://enfoquedisciplinario.org/revista/index.php/enfoque/article/view/5>
- [4] O. Bernal, "Evolución del proceso administrativo desde los orígenes de la revolución industrial y su fundamento como una función del administrador", *Enfoque Disciplinario*, vol. 2, n.º 1, 2017. <http://enfoquedisciplinario.org/revista/index.php/enfoque/article/view/9>
- [5] A. Castro, "Economía, salud, desarrollo humano e innovación en el desarrollo sustentable", *Conocimiento global*, vol. 3, n.º 1, pp. 1-9, 2018. <http://conocimientoglobal.org/revista/index.php/cglobal/article/view/2>
- [6] A. Cardona, "Responsabilidad Social Empresarial RSE desde las prácticas laborales que ostentan el Banco BBVA y el Banco Davivienda" Tesis de maestría, Universidad Nacional de Colombia, Manizales, 2014. <http://www.bdigital.unal.edu.co/39929/1/7710004.2014.pdf>
- [7] C. Amado y J. Niño, "Responsabilidad Social Empresarial con el medioambiente en las empresas de servicios públicos domiciliarios de Bogotá", Tesis de grado, Universidad de La Salle, Bogotá

- D.C., 2009. <http://repository.lasalle.edu.co/bitstream/handle/10185/4051/T11.09%20A12r.pdf?sequence=1>
- [8] J. Benjumea, "Prácticas de responsabilidad social empresarial que ostentan las universidades públicas y privadas de la ciudad de Manizales", Tesis de maestría, Universidad Nacional de Colombia, Manizales, 2011. <http://www.bdigital.unal.edu.co/4709/1/7709501.2011.pdf>
- [9] A. Carrol, "A three-dimensional conceptual model of corporate performance", *Academy of Management Review*, vol. 4, n.º 4, pp. 497-505, 1973
- [10] M. Vergara y L. Vicaría, "Análisis organizacional basado en los lineamientos de la Responsabilidad Social Empresarial", Tesis de grado, Pontificia Universidad Javeriana, Bogotá, 2009. <http://www.javeriana.edu.co/biblos/tesis/comunicacion/tesis250.pdf>
- [11] R. Castro, "Indagación sobre el origen del concepto de responsabilidad social empresarial", Tesis de maestría, Universidad ICESI, Santiago de Cali, 2013. http://bibliotecadigital.icesi.edu.co/biblioteca_digital/bitstream/10906/76413/1/indagacion_responsabilidad_social.pdf
- [12] N. Rodríguez y M. Segura. "Análisis de la aplicación de la RSE en el Sector Financiero en Colombia, en particular en relación con las políticas de inclusión financiera", Tesis de grado, Universidad EAN, Bogotá D.C., 2013. <http://repository.ean.edu.co/bitstream/handle/10882/5304/RodriguezNeslie2013.pdf?sequence=1>
- [13] Asobancaria, "Marco jurídico del sector financiero colombiano". [En línea]. Disponible en: <https://www.asobancaria.com/normatividad/#:~:text=MARCO%20JUR%3%8DDICO%20DEL%20SECTOR%20FINANCIERO,Sociedades%20de%20servicios%20financieros>.
- [14] I. Blanco, "Apuntes sobre Colombia a propósito de su internacionalización y otros desafíos", *Revista Aglala*, vol. 7, n.º 1, pp. 209-224, 2016. <https://doi.org/10.22519/22157360.905>
- [15] O. Bernal, "Planeación estratégica y sostenibilidad corporativa". *Conocimiento Global*, vol. 3, n.º 1, pp. 50-55, 2018. <http://conocimiento-global.org/revista/index.php/cglobal/article/view/27>
- [16] J. García, A. Paz y N. Cantillo, "Estrategia y habilidades para la competitividad: caso de pymes del sector construcción en Barranquilla". *Revista Aglala*, vol. 10, n.º 1, pp. 312-339, 2019. <https://doi.org/10.22519/22157360.1349>
- [17] A. Castro, "Bienestar como fuente de actuación organizacional". *Enfoque Disciplinario*, vol. 3, n.º 1, pp. 1-18, 2018. <http://enfoquedisciplinario.org/revista/index.php/enfoque/article/view/10>
- [18] D. Cardona, J. Lamadrid y C. Brito, "La gestión y dirección del talento humano desde el análisis sobre clima organizacional y sus dimensiones. Un estudio de caso". *Revista Aglala*, vol. 9, n.º 1, pp. 154-176. <http://revistas.curnvirtual.edu.co/index.php/aglala/article/view/1185>
- [19] E. Gómez, C. Bohórquez y C. Severiche. "Social-demographic and health conditions in waste pickers in the city of Cartagena de Indias (Colombia)". *Revista Aglala*, vol. 9, n.º 1, pp. 430-442. <https://doi.org/10.22519/22157360.1185>

