

**LA RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL EN
LAS INSTITUCIONES DEL SECTOR FINANCIERO DE
IBAGUÉ (COLOMBIA)**

**CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY IN THE
FINANCIAL SECTOR INSTITUTIONS IN IBAGUE
(COLOMBIA)**

Autor: Mario Enrique Uribe Macías

Profesor titular de la Universidad del Tolima.

Estudiante del Doctorado en Gerencia de Proyectos de la Universidad EAN.

Av. Ambalá No. 90-04, Ibagué (Colombia); e-mail: neuribem@gmail.com; móvil
3153935124

Palabras clave. Enfoque estratégico, Ibagué, responsabilidad social empresarial, sector financiero.

Resumen. El objetivo del trabajo es determinar el enfoque estratégico y las actividades de Responsabilidad Social Empresarial que realizan las instituciones financieras que operan en Ibagué. La investigación es de tipo descriptiva y correlacional, cuya población son las entidades financieras que funcionan en Ibagué, según el registro de la Superintendencia Financiera de Colombia; se utilizó un cuestionario que indaga acerca del enfoque estratégico de la RSE y de las relaciones con diferentes *Stakeholders*. Los resultados se presentan con base en análisis descriptivo y análisis multidimensional. El resultado general muestra que las instituciones estudiadas adelantan con un desarrollo razonable, un conjunto de acciones relacionadas con la RSE. Se recomiendan futuras investigaciones en la casa matriz de estas instituciones en Colombia.

Keywords. Corporate social responsibility, financial sector, Ibague, strategic approach.

Abstract. The objective of this study is to determine the strategic approach and CSR activities undertaken by financial institutions operating in Ibagué. An investigation of descriptive and correlational, whose population are financial institutions operating in Ibagué, as recorded by the Superintendencia Financiera de Colombia was made; a questionnaire that asks about the strategic approach to CSR and relations with different Stakeholders was used. The results are presented based on descriptive analysis and multidimensional analysis. The overall result shows that the institutions studied ahead, reasonably developing a set of actions related de CSR. Further research in recommended at the headquarters of these institutions in Colombia.

1. Introducción

El sector financiero es uno de los sectores más importantes para una economía, pero al mismo tiempo uno de los más cuestionados, unas veces por la calidad de sus servicios y otras por el costo de los mismos que según sus críticos le representa importantes márgenes de intermediación. Estos aspectos ameritan un análisis del desempeño de las instituciones financieras de Ibagué en cuanto a sus actividades de Responsabilidad Social Empresarial (RSE).

Según Atehortúa (2008), la RSE se ha venido presentando en los medios de comunicación con relativa frecuencia, pero en contraste, la discusión académica y científica al respecto es poca, tal vez porque las instituciones universitarias han pensado que es un asunto de los empresarios, o por un escaso interés en ella como tema de investigación.

En este sentido Cancino et al. (2008, p. 8) afirman que “si bien creemos que existen beneficios dados por el desarrollo de tantas investigaciones, vemos que la diversidad de enfoques dificulta un trato

profundo y consensado acerca del verdadero significado de ser una empresa responsable.”

En Colombia, la Asociación Bancaria y de Entidades Financieras de Colombia Asobancaria, que está conformada por los bancos comerciales nacionales y extranjeros, tanto públicos como privados, corporaciones financieras e instituciones oficiales especiales y el Banco de la República, ha apoyado a sus asociados y a la sociedad en general mediante el ejercicio de sus políticas de RSE. Asobancaria resume el concepto de responsabilidad social en *ejercer bien la actividad*, es decir, buscar constantemente soluciones innovadoras para desarrollar productos y servicios ajustados a las necesidades de los consumidores financieros; y de otra parte, contribuir a la promoción de la calidad en la atención y servicio al cliente, el cuidado del medio ambiente, la generación de empleo en condiciones laborales dignas y la inversión social (Asobancaria, 2016).

Entonces es importante analizar si las instituciones financieras, específicamente las que operan en Ibagué, incorporan en su gestión prácticas comúnmente aceptadas de RSE, por lo cual el artículo tiene como objetivo presentar el enfoque estratégico y las actividades de Responsabilidad Social Empresarial (RSE) que realizan las instituciones financieras que funcionan en Ibagué. Para ello, a continuación se presenta el marco teórico aplicable, la metodología utilizada en el proyecto de investigación, para dar paso a la presentación de los resultados mediante análisis descriptivo y análisis multidimensional y, finalmente, expresar las conclusiones relevantes.

2. Marco teórico

La responsabilidad es un valor personal que está en la conciencia de cada individuo y le permite contemplar las consecuencias que pueden tener sus actos; de esta forma la responsabilidad social se puede definir como el compromiso con el entorno social y ambiental, y el interés por el impacto que cada una de las acciones de un individuo, una organización o un país tienen en sus entornos.

Pinzón (2007) define cuatro tipos de responsabilidad social: personal, cada individuo asume la responsabilidad de las acciones que desarrolla en cada contexto; empresarial, la capacidad de respuesta que tiene la organización con respecto a los efectos que sus acciones generan en los diferentes grupos con los que se relaciona; gubernamental, similar a la empresarial pero específicamente para las organizaciones gubernamentales; ambiental, la capacidad de respuesta de todas las personas, naturales y jurídicas, con respecto a los efectos que se ocasionan sobre el medio ambiente por todas las acciones que se adelantan.

La responsabilidad social empresarial o responsabilidad social corporativa, hace algunos años, significaba para las organizaciones el bienestar de los accionistas y las ganancias que estos obtenían; sin embargo, con el tiempo las organizaciones entendieron que su responsabilidad trascendía más allá y que debían contemplar el impacto que generaban en sus trabajadores y en la comunidad en general, para actuar de manera responsable buscando impactos positivos en sus entornos.

Aunque la responsabilidad social se ha convertido en un tema fundamental en las empresas, la conceptualización es extensa y existen

diferentes puntos de vista en la literatura actual, por lo cual no existe una teoría sólida sino diferentes visiones y opiniones, como se aprecia en el apéndice 1.

Con la globalización y la apertura económica las organizaciones tuvieron que hacer algunos cambios para lograr ser competitivas, las empresas dejaron de lado la idea de solo generar riqueza y se han visto en la necesidad de convertirse en agentes de cambio para las comunidades en las que se desenvuelven (Cardozo, citado por Martínez, 2007).

No existe un modelo de gestión de responsabilidad social que se ajuste a todas las organizaciones, debido a la ambigüedad del término y a las diferentes políticas, valores y objetivos de cada empresa.

El modelo de gestión de RSE trata de combinar beneficios y principios empresariales que mejoran las relaciones con los grupos afectados por la actividad empresarial. La base del modelo se encuentra en el conjunto de políticas transversales y buenas prácticas verificables, tanto internas como externas, alineadas a los valores y principios organizacionales. Con estas acciones la empresa mejora su competitividad, sustentabilidad y la calidad de vida de sus grupos de interés (Pérez, citado por Grossman, 2010).

Al respecto de los grupos de interés, conocidos también como *Stakeholders*, la introducción de este concepto sirvió para romper la tesis dominante de que las empresas existen para maximizar beneficios, o mejor, para maximizar el valor para el propietario (Argandoña, 2010).

Freeman, citado por Argandoña (2010), define los *Stakeholders* como todos aquellos que afectan o son afectados por la manera como la empresa actúa para alcanzar sus objetivos, mientras que Friedman et al.

(2006, p. 4) afirman que son “esos grupos sin cuyo apoyo una organización dejaría de existir”. Claramente los *Stakeholders* no solo representan la sociedad, sino además, los actores internos de cada organización que generan o reciben el impacto de las acciones cotidianas de la empresa.

Una propuesta general de *Stakeholders*, elaborada por Díaz et al. (2015), es presentada en la Figura 1, a continuación:

Figura 1. Identificación general de los *Stakeholders*.



Fuente. Díaz y Navarro (2013).

Al respecto, Navarro (2008) los divide en dos grandes grupos: los internos, vinculados directamente a la empresa u organización, bien sea en calidad de accionistas, socios, directivos, sindicatos, trabajadores, socios estratégicos, etc.; y los externos, grupos de interés no vinculados

orgánicamente a la empresa, como autoridades, grupos de presión, ONG, competidores, consumidores, etc.

Por otra parte, el Instituto de Estudios Superiores de la Empresa IESE (2002) clasifica los *Stakeholders* en tres niveles: nivel consustancial: se definen como aquellos que son indispensables para la empresa, sin los cuales su propia existencia sería imposible; nivel contractual: son aquellos con los que la empresa tiene algún tipo de contrato formal; y nivel contextual: desempeñan un papel fundamental en la consecución de la necesaria credibilidad de las empresas y la aceptación de las actividades que estas desarrollan.

Incorporando este concepto, Acuña et al. (2014) afirman que la RSE es el conjunto de acciones que la organización emprende para responder a sus *Stakeholders*, y obtener resultados económicos, financieros, sociales y medioambientales.

3. Metodología

La investigación que da lugar al artículo es de tipo descriptiva, debido a que “se reseñan las características o rasgos de la situación o fenómeno objeto de estudio” (Salkind citado por Bernal, 2000, p. 111). Es correlacional en términos de explorar la relación que se da entre las diferentes variables objeto de análisis, y las prácticas y los elementos conceptuales de la RSE.

La población está constituida por las instituciones del sector financiero que operan en Ibagué, según reporte de la Superintendencia Financiera de Colombia, las cuales constituyen la fuente primaria de información. Para recolectar los datos se utilizó un cuestionario estructurado que ha sido probado por Roser (2005) en sus investigaciones sobre RSE; dicho cuestionario fue diseñado para las pymes, pero para esta investigación se ajustó en lo pertinente para adecuarlo al sector financiero y se realizó una prueba piloto para validarlo. El cuestionario está dividido en dos partes: la primera indaga acerca del enfoque estratégico de la RSE, y la segunda cuestiona respecto a las relaciones con los *Stakeholders*. De igual manera se realizó análisis documental, en material impreso y electrónico, de interés para la investigación.

En cuanto a las etapas de la investigación, en un primer momento se formuló la estructura teórica de la RSE y se determinó el censo de instituciones financieras que desarrollan su objeto social en Ibagué. En segundo lugar se realizó la toma de información primaria, que complementó el análisis documental realizado. Posteriormente se desarrolló el análisis de la información obtenida, con respecto al enfoque estratégico de la RSE y con relación a las acciones de RSE que estas instituciones desarrollan con sus *Stakeholders* más representativos.

Finalmente, para analizar la información obtenida se emplearon algunos conceptos de la estadística descriptiva y se utilizó el análisis multivariante, en especial el análisis factorial como una “técnica de reducción de datos que sirve para encontrar grupos homogéneos de variables a partir de un conjunto numeroso de ellas, los cuales se forman

con las variables que correlacionan mucho entre sí, procurando, inicialmente, que unos grupos sean independientes de otros” (Martín, et al., 2008).

4. Resultados

Se presentarán los resultados utilizando para ello algunas herramientas de la estadística descriptiva, en primer lugar, y posteriormente desde la estadística multidimensional, que permiten comunicar de una manera sistemática los hallazgos encontrados en el trabajo de campo.

4.1 Análisis descriptivo

La encuesta aplicada a la muestra de gerentes de las instituciones financieras objeto de estudio en la ciudad de Ibagué, arrojó los resultados que se muestran en las siguientes figuras, de acuerdo con las convenciones expresadas en cada tabla. Para efectos de presentación, las variables indagadas se han agrupado por diferentes asuntos relacionados con la RSE.

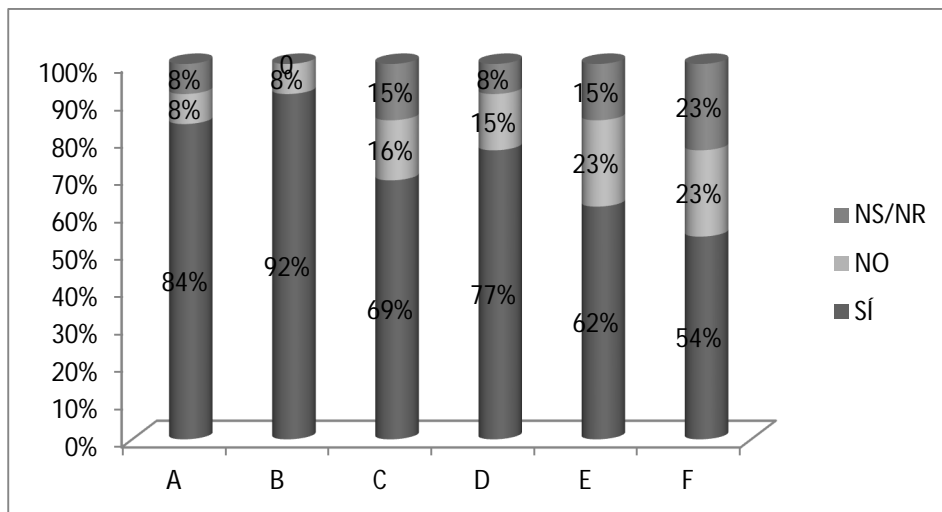
En la Tabla 1 se presentan las convenciones y en la Figura 2 se observan los resultados obtenidos; así se hará para las demás agrupaciones de variables.

Tabla 1. Convenciones de las variables correspondientes al enfoque estratégico de RSE.

Convención	Variable encuestada
A	Estrategias para implementar y desarrollar los principios de la RSE
B	Política sobre RSE
C	Indicadores que evalúan el grado de compromiso con la RSE
D	Unidad organizativa de seguimiento a la RSE
E	Representante ejecutivo experto en temas de RSE
F	Publicación de informe sobre RSE

Fuente. Elaboración propia.

Figura 2. Enfoque estratégico de la RSE.



Fuente. Elaboración propia.

En general, la existencia de estas variables es alta en las instituciones financieras; se destaca la formulación de la política de RSE (92%) y en el menor grado la publicación de informes de RSE (54%). Sin embargo, debe mencionarse que 23% de estas instituciones no tienen un representante del nivel ejecutivo que sea experto en el tema, y en la misma

proporción no publican informes de RSE. Al respecto de esta última variable, 23% no tienen conocimiento; esta respuesta se observa con alguna frecuencia en las otras variables debido a que en muchos casos las instituciones financieras tienen centralizados sus programas de RSE y sus canales de comunicación no son lo suficientemente robustos para asegurar que la información llegue a las regiones.

A continuación se presentan los resultados relacionados con los colaboradores (Figuras 3 y 4), agrupados por opciones de respuesta; se le ha llamado primera parte (Tabla 2) al conjunto de aquellas variables con alternativas de respuesta Sí, No, No sabe o no responde. Como segunda parte (Tabla 3), a las que tienen como respuesta Siempre, Casi siempre, Nunca, No sabe o no responde.

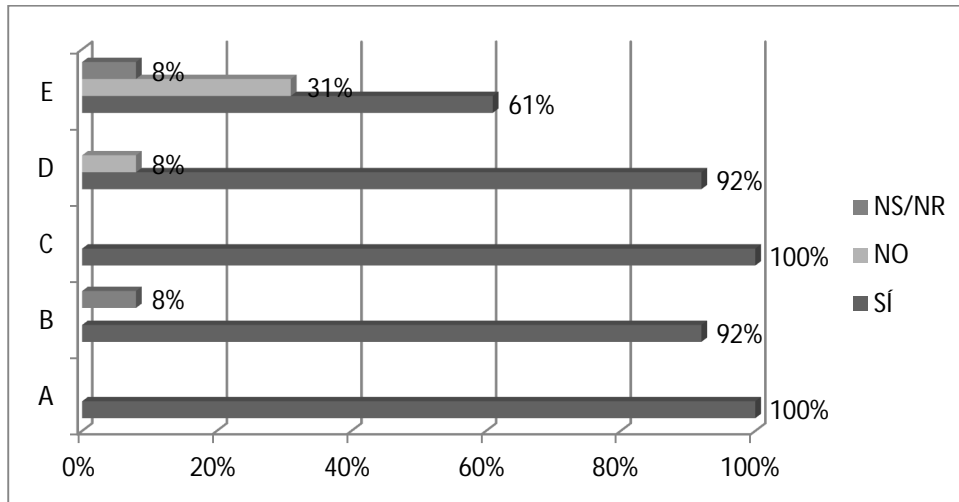
Tabla 2. Convenciones de las variables correspondientes a las relaciones con los colaboradores – primera parte.

Convención	Variable encuestada
A	Existencia de comité paritario de salud
B	Existencia de panorama de riesgos
C	Diálogo con empleados para el buen desarrollo del trabajo
D	Inversiones en el desarrollo del talento humano
E	Flexibilidad de horarios

Fuente. Elaboración propia.

Las variables relacionadas con los colaboradores (Figura 3), tienen un alto nivel de presencia en las instituciones investigadas, no obstante dos de ellas ser de obligatoriedad legal. Se presenta una menor relativa existencia en la flexibilidad de horarios debido a que no se observa en 31% de los casos y 8% no sabe si existen.

Figura 3. Variables correspondientes a las relaciones con los colaboradores – primera parte.



Fuente. Elaboración propia.

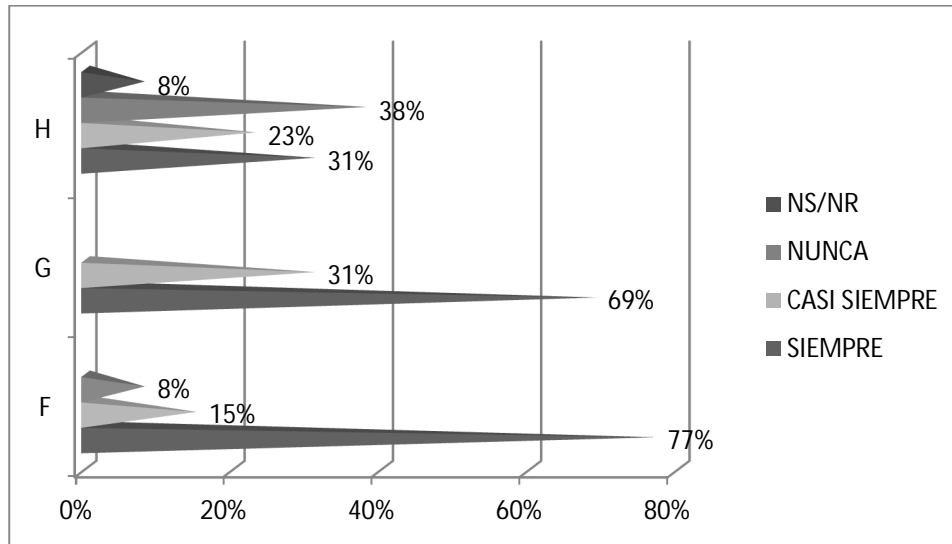
Tabla 3. Convenciones de las variables correspondientes a las relaciones con los colaboradores – segunda parte.

Convención	Variable encuestada
F	Igualdad de oportunidades en la selección de personal
G	Igualdad de oportunidades para el desarrollo profesional
H	Participación de los colaboradores en los beneficios o excedentes

Fuente. Elaboración propia.

En cuanto al segundo grupo de variables relacionadas con los colaboradores (Figura 4), se encontró que estas se dan siempre y casi siempre, excepto en la participación en los beneficios o excedentes, situación en la cual las instituciones financieras son más cautelosas.

Figura 4. Variables correspondientes a las relaciones con los colaboradores – segunda parte.



Fuente. Elaboración propia.

Tabla 4. Convenciones de las variables correspondientes a las relaciones con los clientes.

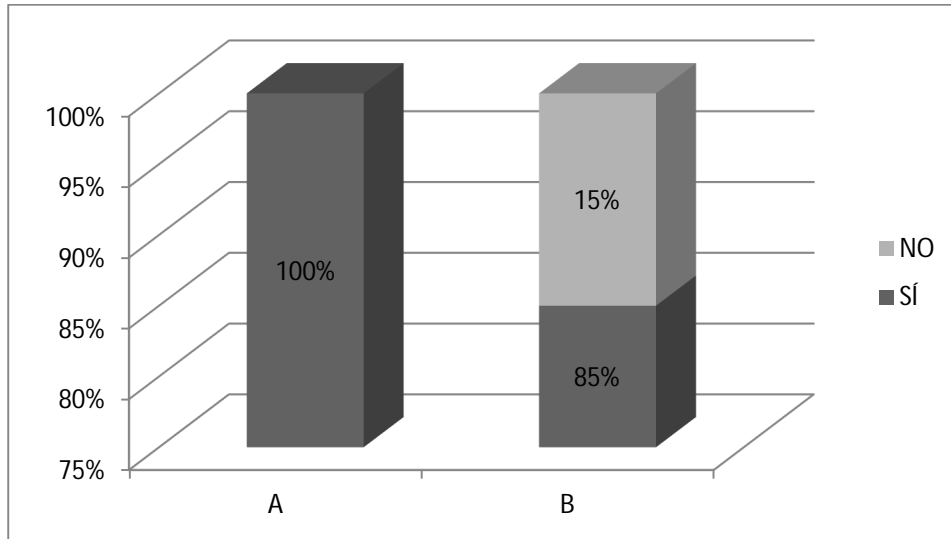
Convención	Variable encuestada
A	Conocimiento del grado de satisfacción y fidelidad de los clientes
B	Sensibilización medioambiental mediante productos y servicios

Fuente. Elaboración propia.

Las relaciones con los clientes (Figura 5) tienen una alta presencia en las instituciones financieras, pues su amplio conocimiento es un elemento fundamental en el modelo de negocio y en las estrategias que se diseñan en un mercado altamente competitivo. De igual forma, una alta

mayoría (85%) de estas instituciones llevan un mensaje medio ambiental a sus clientes, en sus productos y servicios.

Figura 5. Variables correspondientes a las relaciones con los clientes.



Fuente. Elaboración propia.

Tabla 5. Convenciones de las variables correspondientes a las relaciones con la comunidad.

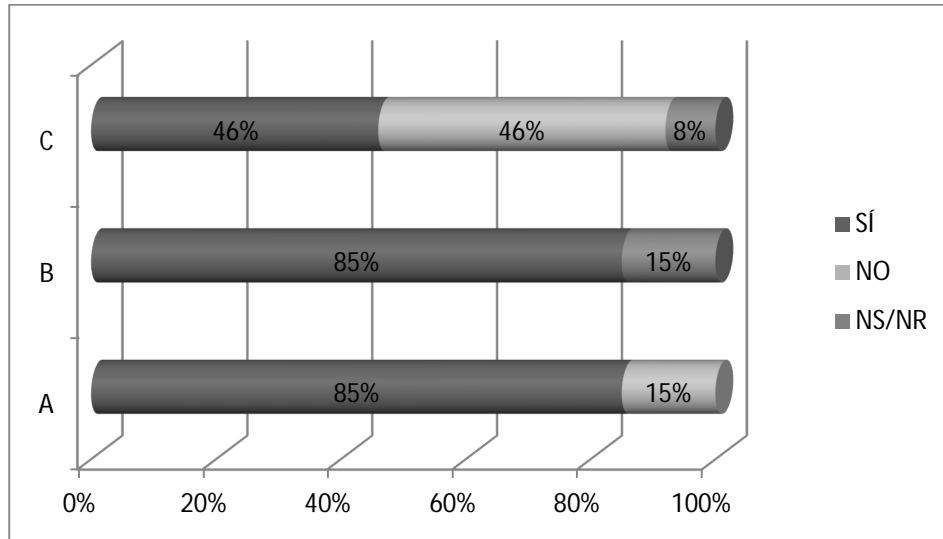
Convención	Variable encuestada
A	Participación de la institución en programas medioambientales con la comunidad
B	La institución involucra a sus empleados en los programas medioambientales
C	La empresa lidera jornadas promocionales de la RSE

Fuente. Elaboración propia.

Excepto en el liderazgo de jornadas promocionales de la RSE, existe una alta frecuencia (85%) en la presencia de las variables que relacionan las instituciones financieras con la comunidad (Figura 6). En el caso de la

variable mencionada, salvo 8% que no saben acerca de ella, la participación está equiparada entre las que lo hacen y las que se abstienen de hacerlo.

Figura 6. Variables correspondientes a las relaciones con la comunidad.



Fuente. Elaboración propia.

Tabla 6. Convenciones de las variables correspondientes a la gestión ambiental.

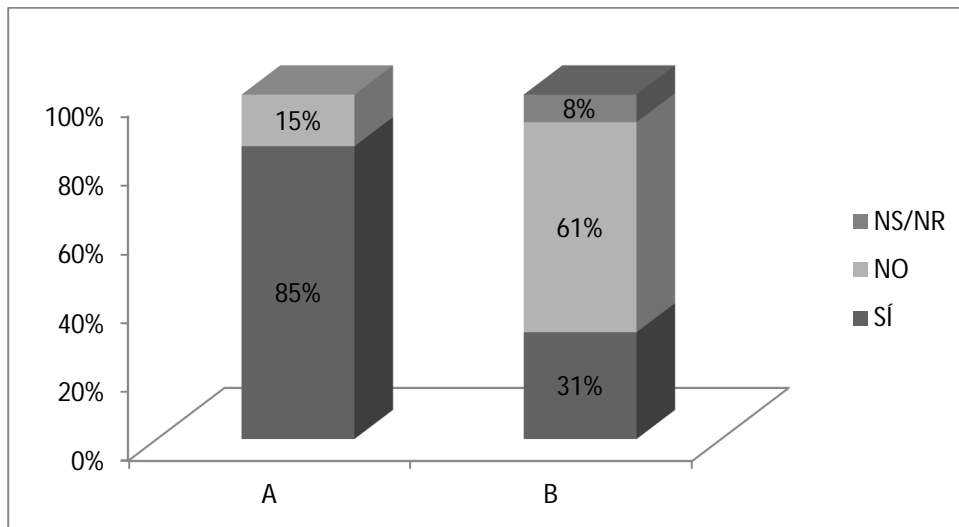
Convención	Variable encuestada
A	Política de gestión ambiental en la institución
B	Fondos para causas sociales y medioambientales

Fuente. Elaboración propia.

Con respecto a la gestión ambiental, se presenta la variable con comportamiento más negativo de todas las estudiadas, debido a que 61% de las instituciones financieras indagadas no poseen fondos para las causas sociales y medioambientales, a pesar de encontrar que 85% de ellas poseen

políticas de gestión ambiental (Figura 7). Se deduce que no en todos los casos dichas políticas se encuentran financiadas.

Figura 7. Variables correspondientes a la gestión ambiental.



Fuente. Elaboración propia.

4.2 Análisis multidimensional

En términos de Hair et al. (1999, p. 548), “el análisis multidimensional (MDS) consiste en una serie de técnicas que ayudan al investigador a identificar las dimensiones subyacentes claves en las evaluaciones de los objetos de estudio por parte de los encuestados” o “de encontrar una estructura subyacente en un conjunto de medidas de proximidad/distancia entre objetos” (Guisande et al., 2011, p. 743). Valderrey en esta misma perspectiva expone que:

El escalamiento multidimensional se clasifica dentro de los métodos de interdependencia y es un procedimiento que permite al investigador determinar la imagen relativa percibida en un conjunto de objetos (empresas, productos, ideas u otros objetos sobre los que los individuos desarrollan percepciones). Es decir, el aspecto característico de este procedimiento es que proporciona una representación gráfica en un espacio geométrico de pocas dimensiones (mapa perceptual) que permite comprender cómo los individuos perciben objetos y qué esquemas, generalmente ocultos, están detrás de esa percepción (en ese sentido también se puede considerar el escalamiento como una técnica de reducción de la dimensión) (Valderrey, 2010, p. 173).

Dentro del contexto de la investigación se aplicó la técnica de análisis multidimensional para conocer las dimensiones y el grado de relación de las variables estudiadas con base en la calificación que sus representantes legales dieron a cada uno de los factores objeto del estudio. Adicionalmente a ello se calculó la matriz de correlaciones de la muestra, con el propósito de determinar la intensidad de la relación entre las variables estudiadas; posteriormente se realizaron los mapas perceptuales para los factores de la muestra con el propósito de descubrir relaciones y comportamientos particulares de los diferentes atributos.

4.2.1 Matriz de correlaciones

La matriz de correlaciones de las variables objeto de análisis que se muestra en el apéndice 2, indica que hay un número importante de variables con asociaciones significativas a los niveles 0,01 y 0,05, que señalan la existencia de correlación entre las variables estudiadas. Como se desprende de estos resultados se encuentra que prácticamente todas las variables de la dimensión estratégica de la RSE: estrategia para implementar y desarrollar

los principios de la RSE (ESTRA), políticas sobre RSE (POLIT), indicadores que evalúan el grado de compromiso con la RSE (INDRSE), unidad organizativa específica que se responsabilice de la gestión y seguimiento de la RSE (UORSE), representante del máximo organismo ejecutivo de la empresa (junta directiva o similar), que sea experto en RSE y se encargue de los temas de RSE (OREJE) y la empresa publica un informe de RSE (INFOR), se relacionan muy bien con los factores comprendidos en los grupos de interés: Comité Paritario de Salud y Seguridad (COPASS), panorama de riesgos (PANORI), diálogo con empleados sobre competencias y recursos profesionales actuales y potenciales para el buen desarrollo del trabajo (DIAEMP), inversiones en el desarrollo del talento humano (INVER), desarrollo profesional del talento humano (DESPRO) y propende su organización por la participación de sus empleados en los beneficios o excedentes (BENE).

Igualmente se encuentran correlaciones negativas entre las variables de la dimensión estratégica de la RSE, con el atributo sensibilización medioambiental mediante los productos y/o servicios (SEMA). De la misma forma se presenta correlación negativa entre las variables panorama de riesgos (PANORI), inversiones en el desarrollo del talento humano (INVER) y desarrollo profesional del talento humano (DESPRO), con el factor SEMA. Resulta paradójico que los aspectos que se identifican con el diseño estratégico de la RSE, no contribuyan decididamente al desarrollo de un aspecto tan importante como es el proceso de sensibilización ambiental que debe realizarse con los productos y/o servicios que ofrecen las empresas a sus clientes. De otra parte también preocupa que las variables INVER y DESPRO, no vayan en la misma vía con la sensibilización

ambiental de los productos, pues es de suponer que en la medida en que se procure el bienestar del talento humano, se esperaría que este contribuya al desarrollo organizacional.

4.2.2 Mapa perceptual

En términos de Hair et al. (1999), el análisis multidimensional o elaboración de mapas perceptuales es un procedimiento que permite al investigador determinar la imagen relativa percibida de un conjunto de objetos, cuyo propósito es transformar los juicios de similitud o preferencia del consumidor o encuestado acerca de una variable o variables determinadas en distancias representadas en un espacio multidimensional. Este mapa espacial muestra la situación relativa de todos los objetos suponiendo que cualquier objeto (por ejemplo, producto, servicios, imagen, aroma, etc.) tiene dimensiones objetivas percibidas. Valderrey (2010, p. 173) al respecto argumenta que “en un espacio multidimensional, los objetos adoptan la forma de puntos y la proximidad entre ellos refleja la analogía existente entre los mismos”.

En la Figura 8 se muestra el mapa perceptual correspondiente a las variables estudiadas. Se observa en primer término que los atributos analizados se encuentran relativamente dispersos con relación al punto de inercia u origen del plano. Sin embargo se pueden distinguir algunos segmentos de variables, en el primero de ellos se destacan: la empresa ha liderado jornadas promocionales de RSE (LIJORSE), se han desarrollado campañas para conseguir fondos para causas sociales o medioambientales de la comunidad (FDOS), representante del máximo organismo de la

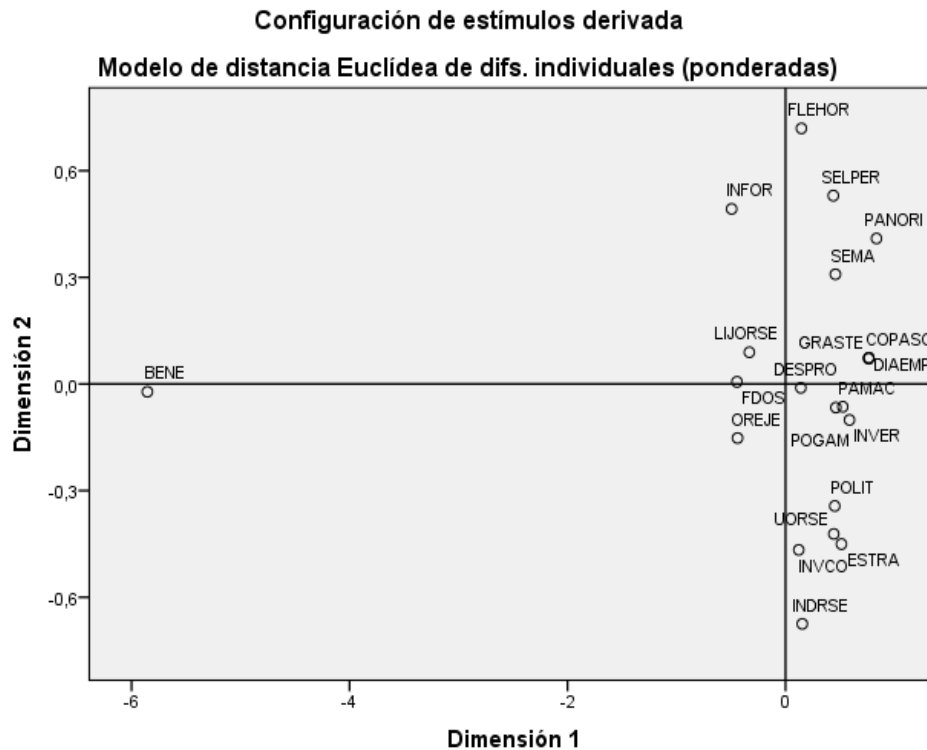
empresa experto en temas de RSE (OREJE), desarrollo profesional del talento humano (DESPRO), participación de la empresa en programas medioambientales de la comunidad (PAMAC), inversiones en el desarrollo del talento humano (INVER), políticas de gestión ambiental en la empresa (POGAM), conocer el grado de satisfacción y fidelidad (al cliente) (GRASTE), Comité Paritario de Salud y Seguridad (COPASS) y diálogo con los empleados para el buen desarrollo de la empresa (DIAEMP), que fueron evaluados de forma muy parecida por las instituciones encuestadas y que se identifican con aspectos relacionados con causas medioambientales y la participación del talento humano con esos programas.

Así mismo se reconoce otro grupo de factores entre los cuales se encuentran: políticas sobre RSE (POLIT), unidad organizativa de seguimiento con la RSE (UORSE), estrategias para implementar y desarrollar los principios de la RSE (ESTRA), indicadores que evalúan el grado de compromiso con la RSE (INDRSE) y la empresa involucra a sus colaboradores en los programas medioambientales con la comunidad (INVCO), que se refieren a la dimensión estratégica de la RSE en las organizaciones.

En este mismo sentido se pueden agrupar las variables sensibilización medioambiental mediante los productos y/o servicios (SEMA), panorama de riesgos (PANORI), la empresa publica un informe sobre RSE (INFOR), selección de personal (SELPER) y flexibilidad de horarios (FLEHOR), las cuales se circunscriben dentro del espectro social de los empleados de estas instituciones. Por último y como un dato atípico

se encuentra el atributo participación de los empleados en los beneficios o excedentes de la empresa (BENE), el cual se ubica en posición opuesta a todos los demás factores estudiados y da cuenta que mientras las demás variables de la RSE en estas instituciones tienen ponderaciones relativamente buenas y homogéneas entre ellas, este atributo posee la menor calificación y la correlación más baja con todos los demás factores, lo que significa que se presenta entre ellos una correlación inversamente proporcional.

Figura 8. Mapa perceptual de las variables RSE en el sector financiero de Ibagué.



Fuente. Elaboración propia.

En el mapa perceptual se observan dos dimensiones, la primera de ellas concentra las variables BENE, INFOR, LIJORSE, FDOS, OREJE, FLEHOR, SELPER, PANORI, DESPRO, POGAM, PAMAC, ESTRA Y POLIT entre otras, las cuales a su vez poseen las mayores puntuaciones en la matriz de coordenadas de los estímulos.

Esta dimensión podría denominarse *diseño estratégico medioambiental de la RSE*, e invita a direccionar todos los esfuerzos de estas instituciones en torno al impulso de las acciones relacionadas con la gestión medioambiental. Igualmente la matriz de correlaciones mostró que estas variables están correlacionadas significativamente entre sí.

La segunda dimensión comprende las variables FLEHOR, SELPER, PANORI e INFOR, que también poseen las mayores puntuaciones en la matriz de coordenadas de los estímulos. A esta dimensión se le podría etiquetar como *desarrollo del talento humano*. En este sentido es importante impulsar políticas desde la dirección de cada una de estas organizaciones para promover un adecuado bienestar del talento humano que apunte al mejoramiento del trabajo con respecto a los diferentes ítems de la RSE. Las correlaciones de estas variables demostraron una interdependencia relativa entre ellas.

De otra parte la primera dimensión distingue a los atributos más asociados con la estructura de la RSE situados a la izquierda de la Figura 8 (INFOR, LIJORSE, FDOS, OREJE), de los factores relacionados con la dimensión estratégica de la RSE ubicados a la derecha de la misma figura

(POGAM, PAMAC, ESTRA, SEMA, SELPER, DIAEMP y POLIT, entre otros).

En su caso, la segunda dimensión distingue entre las variables asociadas con la gestión del medioambiente situadas debajo de la Figura 8 (POGAM, PAMAC, POLI, INVER, ESTRA y UORSE, entre otras), de los atributos relacionados con la sensibilización del talento humano situados en la parte de arriba de la misma figura (FLEHOR, SEPER, PANORI, DIAEMP y DESPRO, entre otros).

Si se trazaran rectas entre cada uno de los atributos y el origen del mapa perceptual de la figura en mención, se encontraría que casi la totalidad de las variables están asociadas tal como se planteó en el análisis de correlaciones, ya que los ángulos que forman esas rectas con el origen son muy agudos y por lo tanto su valor de coseno es muy alto, lo que significa asociación entre las variables FLEHOR, SELPER, PANORI, INFOR, LIJORSE y PAMAC, INVER, POGAM, POLIT y ESTRA, entre otras.

Según Guisande et al. (2011, pp. 743-744), Valderrey (2010, p. 177) y Hair et al. (1999, p. 564), el criterio más importante utilizado en la determinación de un modelo de buen ajuste en el escalamiento multidimensional es el Stress de Kruskal o maldad de ajuste, que es un promedio de desviaciones entre las distancias finales en el mapa y las distancias iniciales o la proporción de la variación de las disparidades no tenidas en cuenta por el análisis multidimensional. El Stress se minimiza cuando los objetos están situados de tal forma que las distancias entre ellos se ajusten mejor a las distancias originales. Otro estadístico empleado en la

evaluación del ajuste de una solución es el coeficiente de correlación múltiple al cuadrado (R^2 o RSQ). Para el caso del presente análisis el Stress fue de 0.07406 (más cercado a cero que a uno) y se considera excelente, y el RSQ fue de 0.99152 que está cerca de 1 y también es excelente. Por lo tanto la solución del procedimiento ASCAL mediante INSCAL para el escalamiento multidimensional (MDS) en diferencias individuales se considera muy buena.

Conclusiones

De acuerdo con el análisis de diferentes autores, se encuentra en la literatura mención a los conceptos Responsabilidad social, Responsabilidad social personal o individual, Responsabilidad social empresarial o corporativa, Responsabilidad social gubernamental, Responsabilidad social ambiental, Responsabilidad social territorial o regional, y Responsabilidad social universitaria; cada cual con sus particularidades y especificidades teóricas, metodológicas y operacionales.

La RSE del sector financiero ha sido liderada por Asobancaria, la cual resume el concepto como *ejercer bien la actividad*, es decir, realizar la búsqueda constante de soluciones innovadoras para desarrolla productos y servicios ajustados a las necesidades de los consumidores financieros.

Debido a que en todos los casos se encuentra que las instituciones que actúan en Ibagué tienen sus casa matrices en otras ciudades, se presentó un porcentaje importante de respuestas NS/NR, que indica un regular

conocimiento de las políticas, estrategias, estructura y acciones relacionadas con la RSE en el quehacer de las instituciones financieras.

En todos los casos se encuentra que las instituciones cumplen con los requerimientos de orden legal, como por ejemplo la existencia del panorama de riesgo y el COPASO que presentan las mejores calificaciones en este tipo de organizaciones, situación que genera una base importante para agregar valor mediante la RSE.

Con base en el análisis multidimensional se encontró una alta correlación entre todas las variables de la dimensión estratégica de la RSE. No obstante, es paradójico que los aspectos que se identifican con el diseño estratégico de la RSE, no contribuyan al desarrollo del proceso de sensibilización ambiental que debe realizarse con los productos y/o servicios que ofrecen las empresas a sus clientes.

El atributo participación de los empleados en los beneficios o excedentes de la empresa, se ubica en posición opuesta a todos los demás factores estudiados (análisis multidimensional) y da cuenta que mientras las demás variables de la RSE en estas instituciones tienen ponderaciones relativamente buenas y homogéneas entre ellas, este atributo es el que posee la menor calificación y la correlación más baja con todos los demás factores, lo que indica que no es una práctica que se desarrolle en las instituciones financieras analizadas.

En términos generales, las instituciones del sector financiero vienen adelantando un conjunto de acciones relacionadas con la RSE, atendiendo

de una manera u otra los diferentes enfoques que sobre el particular han planteado los diferentes autores.

Sería interesante adelantar estudios similares directamente con el nivel central de cada institución financiera que opera en Colombia; adicionalmente, emplear la metodología utilizada con otros sectores de la economía.

Referencias bibliográficas

- Acuña, L., Araque, J., Rosero, O., Rubio, G. y Uribe, M. 2014. Responsabilidad social empresarial: una mirada desde la teoría y la praxis empresarial. Universidad del Tolima, Ibagué.
- Argandoña, A. 2010. ¿Qué quiere decir gestión de los stakeholders? IESE, Pamplona.
- Asociación Bancaria y de Entidades Financieras de Colombia Asobancaria. 2016. Sostenibilidad. Recuperado el 5 de enero de 2016, de http://www.asobancaria.com/portal/page/portal/Asobancaria/responsabilidad_social/
- Atehortúa, F. 2008. Responsabilidad social empresarial: entre la ética discursiva y la racionalidad técnica. Revista EAN, 62: 125-140.
- Bernal, César A. 2000. Metodología de la investigación para administración y economía. Prentice-Hall, Bogotá.
- Cancino, C. y Morales, M. 2008. Responsabilidad social empresarial. Serie documento docente No. 1. Universidad de Chile, Santiago.
- Díaz, N. y Castaño, C. 2015. Stakeholders, base de la sostenibilidad empresarial. Daena: International Journal of Good Conscience, 10(2): 94-108.
- Friedman, A. & Miles, S. 2006. Stakeholders. Oxford, New York.
- Grossman, F. 2010. Los principios de la responsabilidad social empresarial. Recuperado el 8 de agosto de 2014, de <http://www.economia.unam.mx/publicaciones/econinforma/pdf/363/06florbrown.pdf>.

- Hair, J., Anderson, R., Tatham, R. y Black, W. 1999. Análisis multivariante. 5a. ed. Prentice-Hall, Madrid.
- Guisande, C., Vaamonde, A. y Barreiro, A. 2011. Tratamiento de datos con R, Statistica y SPSS. Ediciones Díaz de Santos, Madrid.
- Instituto de Estudios Superiores de la Empresa IESE. 2002. Código de gobierno para la empresa sostenible. Universidad de Navarra, Barcelona.
- Martín, Q., Cabero, M. y Paz, Y. 2008. Tratamiento estadístico de datos con SPSS. Prácticas resueltas y comentadas. Thompson, Madrid.
- Martínez, D. 2007. La responsabilidad social empresarial, el papel de los gobiernos, los organismos multilaterales y las ONG. Proyecto de investigación. Universidad de Anáhuac, México.
- Navarro, F. 2008. Responsabilidad social corporativa: teoría y práctica. ESIC, Madrid.
- Pinzón, C. 2010. Proyecto de desarrollo social. Recuperado el 16 de junio del 2014, de http://datateca.unad.edu.co/contenidos/401123/2013-2/401123_EXE/Proyecto_2010/leccin_26_que_es_la_responsabilidad_social_y_tipos.html.
- Roser, I. 2005. Guía de la responsabilidad social corporativa para pymes. Recuperado el 31 de enero de 2010, de http://www.fundibeq.org/iberoamericasostenible/memorias/observatorio_rsc.pdf.
- Valderrey, P. 2010. SPSS 17: Extracción del conocimiento a partir del análisis de datos. Alfaomega-Ra-Ma, México.

Apéndice 1. Definiciones de responsabilidad social empresarial.

Autor/entidad	Definición de RSE
Frederick (1960)	<p>La responsabilidad social significa que los hombres de negocios deberían vigilar el funcionamiento de un sistema económico para que satisfaga las expectativas del público. Esto, a su vez, significa que los medios de producción de la economía deberían ser empleados de tal manera que la producción y la distribución habrían de potenciar el bienestar económico global.</p> <p>Responsabilidad social implica una posición pública respecto de los recursos humanos y económicos de la sociedad y la voluntad de ver que esos recursos sean utilizados para fines sociales amplios y no solo por los intereses estrechamente circunscritos de las personas y las empresas privadas.</p>
Davis y Blomstrom (1966)	<p>La responsabilidad social, por lo tanto, se refiere a la obligación de una persona para considerar los efectos de sus decisiones y acciones en todo el sistema social. Los empresarios aplican la responsabilidad social cuando consideren que las necesidades e intereses de otras personas puedan verse afectados por las acciones de sus negocios. De este modo, se ven más allá de los estrechos intereses económicos y técnicos de su empresa.</p>
Walton (1967)	<p>En resumen, el nuevo concepto de responsabilidad social reconoce la intimidad de las relaciones entre la corporación y la sociedad, y se da cuenta de que esas relaciones deben ser tenidas en cuenta por los altos directivos en la corporación y los grupos relacionados con perseguir sus objetivos respectivos.</p>
Johnson (1971)	<p>La responsabilidad social en los negocios es la consecución de objetivos socioeconómicos a través de la elaboración de normas sociales en los papeles de negocios establecidos, o, para decirlo más simplemente, el negocio se lleva a cabo dentro de un sistema sociocultural que se describen a través de normas y funciones de negocios particulares, formas de responder a situaciones particulares, y se exponen con cierto detalle las formas prescritas de la realización de negocios.</p>
Carroll (1979)	<p>La responsabilidad social de las empresas comprende atender las expectativas en los campos económico, legal, ético y discrecional que la sociedad tiene de las organizaciones en un determinado tiempo.</p>
Jones (1980)	<p>La responsabilidad social corporativa es la idea de que las empresas tienen obligación con los grupos constituyentes de la sociedad que no sean los accionistas y más allá de lo prescrito por la ley y el</p>

	<p>contrato sindical. Dos aspectos de esta definición son críticos. En primer lugar, la obligación debe ser adoptada de forma voluntaria, un comportamiento influenciado por las fuerzas coercitivas de la ley de contrato o de la unión no es voluntario. En segundo lugar, la obligación es amplia, que se extiende más allá de la obligación tradicional de los accionistas a otros grupos sociales, tales como clientes, empleados, proveedores y comunidades vecinas.</p>
Freeman (1984)	<p>La empresa debe atender no solo a los accionistas, sino a todos los grupos o individuos que afectan o son afectados por la actividad conducente al logro de los objetivos de la compañía.</p>
Epstein (1987)	<p>La responsabilidad social corporativa se refiere, principalmente, al logro de resultados a partir de decisiones de organización relativas a asuntos o problemas específicos, los cuales (considerando algún estándar normativo) tienen efectos más beneficiosos que adversos sobre las pertinentes partes interesadas de la empresa. La conveniencia normativa de las consecuencias de la acción empresarial ha sido el foco principal de la responsabilidad social corporativa.</p>
Comisión Europea (2001a)	<p>La RSE es la integración voluntaria, por parte de las empresas, de las preocupaciones sociales y medioambientales en sus operaciones comerciales y sus relaciones con sus interlocutores.</p>
AECA (2004)	<p>La RSE es el compromiso voluntario de las empresas con el desarrollo de la sociedad y la preservación del medio ambiente, desde su composición social y un comportamiento responsable hacia las personas y grupos sociales con quienes se interactúa. Centra su atención en la satisfacción de las necesidades de los grupos de interés a través de determinadas estrategias, cuyos resultados han de ser medidos, verificados y comunicados adecuadamente. Va más allá del mero cumplimiento de la normativa legal establecida y de la obtención de resultados exclusivamente económicos a corto plazo. Supone un planteamiento de tipo estratégico que afecta a la toma de decisiones y a las operaciones de toda la organización, creando valor en el largo plazo y contribuyendo significativamente a la obtención de ventajas competitivas duraderas.</p>
ISO (2010)	<p>Responsabilidad de una organización ante los impactos que sus decisiones y actividades ocasionan en la sociedad y el medio ambiente, mediante un comportamiento ético y transparente que:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Contribuya al desarrollo sostenible, incluso la salud y el bienestar de la sociedad. • Tome en consideración las expectativas de sus partes interesadas.

	<ul style="list-style-type: none">• Cumpla con la legislación aplicable y sea coherente con la normativa internacional de comportamiento.• Esté integrada en toda la organización y se lleve a la práctica en sus relaciones.
Comisión Europea (2011b)	<p>En esta oportunidad, la Comisión presenta una nueva definición: la RSE es la responsabilidad de las empresas por su impacto en la sociedad.</p> <p>Amplía esta definición enunciando que, para asumir plenamente su responsabilidad social, las empresas deben aplicar, en estrecha colaboración con las partes interesadas, un proceso destinado a integrar las preocupaciones sociales, medioambientales y éticas, el respeto de los derechos humanos y las preocupaciones de los consumidores en sus operaciones empresariales y su estrategia básica, a fin de:</p> <ul style="list-style-type: none">• Maximizar la creación de valor compartido para sus propietarios/accionistas y para las demás partes interesadas y la sociedad en sentido amplio.• Identificar, prevenir y atenuar sus posibles consecuencias adversas.

Fuente. Acuña et al. (2014).

Apéndice 2. Matriz de correlaciones.

Correlaciones

	ESTRA	POLIT	INDRSE	UORSE	OREJE	INFOR	COP	PANO	DIAE	INVER	FLEHOR	SELPER	DESP	BENE	GRAS	SEMA	PAMAC	INVCO	LIJOR	FDOS	POGAM
ESTRA	1	,887**	,648*	,899**	,427	,313	. ^c	-,116	. ^c	,887**	-,292	-,204	,312	,107	. ^c	-,171	,570*	,570*	,033	,393	,570*
POLIT	,887**	1	,595*	,807**	,566*	,460	. ^c	-,083	. ^c	1,000**	-,210	-,147	,433	,278	. ^c	-,123	,677*	,677*	,178	,617*	,677*
INDRSE	,648*	,595*	1	,878**	,383	,232	. ^c	-,179	. ^c	,595*	-,125	,026	,034	,058	. ^c	-,264	,308	,308	,216	,427	,308
UORSE	,899**	,807**	,878**	1	,485	,345	. ^c	-,147	. ^c	,807**	-,169	-,048	,212	,026	. ^c	-,217	,487	,487	,109	,424	,487
OREJE	,427	,566*	,383	,485	1	,396	. ^c	-,208	. ^c	,566*	,288	,144	,413	,534	. ^c	,264	,550	,550	,444	,648*	,264
INFOR	,313	,460	,232	,345	,396	1	. ^c	,460	. ^c	,460	,420	-,274	,453	,372	. ^c	-,100	,160	,160	-,081	,663*	,160
COP	. ^c	. ^c	. ^c	. ^c	. ^c	. ^c	. ^c	. ^c	. ^c	. ^c	. ^c	. ^c	. ^c	. ^c	. ^c	. ^c	. ^c	. ^c	. ^c	. ^c	. ^c
PANO	-,116	-,083	-,179	-,147	-,208	,460	. ^c	1	. ^c	-,083	,700**	-,147	-,192	-,325	. ^c	-,123	-,123	-,123	-,284	,116	-,123
DIAE	. ^c	. ^c	. ^c	. ^c	. ^c	. ^c	. ^c	. ^c	. ^c	. ^c	. ^c	. ^c	. ^c	. ^c	. ^c	. ^c	. ^c	. ^c	. ^c	. ^c	. ^c
INVER	,887**	1,000**	,595*	,807**	,566*	,460	. ^c	-,083	. ^c	1	-,210	-,147	,433	,278	. ^c	-,123	,677*	,677*	,178	,617*	,677*
FLEHOR	-,292	-,210	-,125	-,169	,288	,420	. ^c	,700**	. ^c	-,210	1	,231	-,222	,005	. ^c	,362	,026	,026	,060	,292	-,310
SELPER	-,204	-,147	,026	-,048	,144	-,274	. ^c	-,147	. ^c	-,147	,231	1	-,064	,092	. ^c	,487	,487	,487	,516	,204	,135
DESP	,312	,433	,034	,212	,413	,453	. ^c	-,192	. ^c	,433	-,222	-,064	1	,469	. ^c	-,284	,178	,178	,410	,557*	,640*
BENE	,107	,278	,058	,026	,534	,372	. ^c	-,325	. ^c	,278	,005	,092	,469	1	. ^c	,411	,411	,411	,371	,660*	,077
GRAS	. ^c	. ^c	. ^c	. ^c	. ^c	. ^c	. ^c	. ^c	. ^c	. ^c	. ^c	. ^c	. ^c	. ^c	. ^c	. ^c	. ^c	. ^c	. ^c	. ^c	. ^c
SEMA	-,171	-,123	-,264	-,217	,264	-,100	. ^c	-,123	. ^c	-,123	,362	,487	-,284	,411	. ^c	1	,409	,409	,262	,171	-,182
PAMAC	,570*	,677*	,308	,487	,550	,160	. ^c	-,123	. ^c	,677*	,026	,487	,178	,411	. ^c	,409	1	1,000**	,262	,541	,409
INVCO	,570*	,677*	,308	,487	,550	,160	. ^c	-,123	. ^c	,677*	,026	,487	,178	,411	. ^c	,409	1,000**	1	,262	,541	,409
LIJOR	,033	,178	,216	,109	,444	-,081	. ^c	-,284	. ^c	,178	,060	,516	,410	,371	. ^c	,262	,262	,262	1	,609*	,604*
FDOS	,393	,617*	,427	,424	,648*	,663*	. ^c	,116	. ^c	,617*	,292	,204	,557*	,660*	. ^c	,171	,541	,541	,609*	1	,541
POGAM	,570*	,677*	,308	,487	,264	,160	. ^c	-,123	. ^c	,677*	-,310	,135	,640*	,077	. ^c	-,182	,409	,409	,604*	,541	1

** La correlación es significativa al nivel 0,01 (bilateral).

* La correlación es significativa al nivel 0,05 (bilateral).

c. No se puede calcular porque al menos una variable es constante.