



Facultad de Ciencias Económicas
Licenciatura en Administración de Empresas

**Plan de responsabilidad social empresarial como estrategia para el logro de los
objetivos administrativos en el sector financiero de El Progreso**
(Artículo científico-Trabajo de graduación)

Gladys Nohemí López Perdomo

Guatemala, junio de 2020

**Plan de responsabilidad social empresarial como estrategia para el logro de los
objetivos administrativos en el sector financiero de El Progreso**
(Artículo científico-Trabajo de graduación)

Gladys Nohemí López Perdomo

Lic. Oscar René Súcite Chacón (**Asesor**)
Licda. Vivian Cecilia Ortega Lemus (**Revisora**)

Guatemala, junio de 2020

AUTORIDADES DE UNIVERSIDAD PANAMERICANA

M. Th. Mynor Augusto Herrera Lemus

Rector

Dra. Alba Aracely Rodríguez de González

Vicerrectora Académica

M. A. César Augusto Custodio Cobar

Vicerrector Administrativo

EMBA. Adolfo Noguera Bosque

Secretario General

AUTORIDADES FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS

M.A. Ronaldo Antonio Girón Díaz

Decano

Lic. Héctor Anibal Amado Aldana

Coordinador

Guatemala, 7 de septiembre 2019

Señores

Facultad de Ciencias Económicas

Presente

Por este medio doy fe que soy autor del Artículo científico titulado **“Plan de responsabilidad social empresarial como estrategia para el logro de los objetivos administrativos en el sector financiero de El Progreso”** y confirmo que respeté los derechos de autor en las fuentes consultadas y consigné las citas correspondientes.

Acepto la responsabilidad como autor del contenido de este Artículo Científico y para efectos legales soy el único responsable de su contenido.

Atentamente,



Gladys Nolet López Perdomo

Licenciatura en Administración de Empresas

Carné No. 201903550

REF.: C.C.E.E.L.ADM.01-2019
SEDE GUASTATOYA, EL PROGRESO

LA DECANATURA DE LA FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS
GUATEMALA, 26 DE NOVIEMBRE DEL 2019
ORDEN DE IMPRESIÓN

Tutor: Licenciado Oscar René Súcite Chacón
Revisora: Licenciada Vivian Cecilia Ortega Lemus
Carrera: Licenciatura en Administración de Empresas

Artículo Científico titulado: "Plan de responsabilidad social empresarial como estrategia para el logro de los objetivos administrativos en el sector financiero de El Progreso"

Presentada por: Gladys Nohemí López Perdomo

Decanatura autoriza la impresión, como requisito previo a la graduación profesional.

En el grado de: Licenciada

M.A. Ronaldo Antonio Girón Díaz
Decano
Facultad de Ciencias Económicas



Guatemala, 07 de septiembre de 2019

Señores
Facultad de Ciencias Económicas
Universidad Panamericana
Presente

Estimados Señores,

En relación a la Asesoría del Artículo Científico titulado: **"Plan de responsabilidad social empresarial como estrategia para el logro de los objetivos administrativos en el sector financiero de El Progreso"**, realizada por Gladys Nohemi López Perdomo, carné 201903550, estudiante de la Licenciatura en Administración de Empresas, he procedido a la Asesoría de la misma, observando que cumple con los requerimientos establecidos en la reglamentación de Universidad Panamericana

De acuerdo con lo anterior, estiendo por este medio dictamen de aprobado.

Al ofrecerme para cualquier aclaración adicional, me suscribo de ustedes,


Lic. Oscar René Suchito Chacón
Colegiado Activo 14,340

Lic. Oscar René Suchito Chacón
Administrador de Empresas
No. de Colegiado 14,340

Guatemala, 20 de octubre de 2019

Señores

Facultad de Ciencias Económicas

Universidad Panamericana

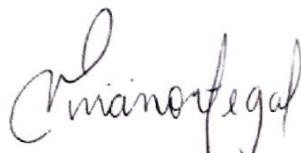
Presente

Estimados Señores:

En relación al Artículo científico titulado: "Plan de responsabilidad social empresarial como estrategia para el logro de los objetivos administrativos en el sector financiero de El Progreso", realizado por Gladys Nohemí López Perdomo, carné 201903550 .estudiante de la Licenciatura en Administración de Empresas, he procedido a la Revisión del mismo, haciendo constar que cumple con los requerimientos de estilo establecidos en la reglamentación de Universidad Panamericana.

De acuerdo con lo anterior, extiendo por este medio dictamen de aprobado.

Al ofrecerme para cualquier aclaración adicional, me suscribo de ustedes,



Licda. Vivian Cecilia Ortega Lemus

Colegiado Activo 6429

Dedicatoria

- A Dios** Ser supremo de quien viene la sabiduría y todo conocimiento, muy importante para el logro de esta meta. Su amor y su gracia se manifiestan en todo momento.
- A mi querido esposo** Por todo su amor y paciencia, me ha brindado el apoyo incondicional, animándome cada día a seguir adelante para no desfallecer y lograr una meta más en la historia de mi vida.
- A mi hija** María Belén Amado, que mi esfuerzo y perseverancia le sirvan de ejemplo para lograr todos los sueños que se proponga en su vida.
- A mis hermanos** Por lo que significan para mí, y por ser una familia unida que está en todo momento para apoyarse.
- A mis catedráticos** Por la gran labor que ejercen al transmitir sus conocimientos para una preparación académica de calidad.
- A mi asesor de documento de egreso:** Por su tiempo y dedicación en la asesoría, y así seguir los lineamientos para elaborar el artículo científico. Agradecida por su apoyo.
- A UPANA** Casa de estudios que me permite a través del programa de equivalencias integrales hacer realidad una meta propuesta y que gracias a esta universidad he podido completar.

A toda la familia:

Por el ánimo que me transmitieron en todo momento y el apoyo moral manifestado para terminar mi carrera universitaria. Cada uno de ellos forma parte vital en este trayecto de vida.

A mis compañeros:

Por la unidad y el acompañamiento brindado, animándonos mutuamente para perseverar y seguir adelante hasta lograr una meta en común. Gracias por todo el apoyo mostrado en todo el año de estudios.

Contenido

Abstract	i
Introducción	ii
1. Metodología	1
1.1 Planteamiento del problema	1
1.2 Pregunta de investigación	2
1.3 Objetivos de investigación	2
1.31. Objetivo general	2
1.3.1 Objetivos específicos	2
1.4. Definición del tipo de investigación	2
1.4.1 Investigación descriptiva	2
1.5 Sujeto de investigación	3
1.6 Alcance de la investigación	3
1.6.1 Temporal	3
1.6.2 Geográfico	4
1.7 Definición de la población	4
1.8 Definición de los instrumentos de investigación	4
1.9 Recolección de datos	5
1.10 Procesamiento y análisis de datos	5
2. Resultados	6
2.1 Presentación de resultados	6
3. Discusión y conclusiones	21
3.1 Extrapolación	21
3.2 Hallazgos y análisis general	27
3.3 Conclusiones	28
Referencias	30
Anexos	32

Listado de gráficas

Gráfica 1. Cuenta con un plan de Responsabilidad Social Empresarial	6
Gráfica 2. Relación misión y objetivos institucionales con RSE	7
Gráfica 3. Tiempo de implementación de la responsabilidad social empresarial	8
Gráfica 4. Engargado de evaluar la aplicación de plan de responsabilidad social empresarial	9
Gráfica 5. Mejoramiento de la calidad de vida de la población con la resp. Social empresarial	10
Gráfica 6. Contribución al medio ambiente con la responsabilidad social empresarial	11
Gráfica 7. Prestigio y competitividad de la institución con la resp. social empresaria	12
Gráfica 8. Mejoramiento del clima organizacional por la resp. social empresarial	13
Gráfica 9. Programas actividades de la empresa con la resp. social empresarial	14
Gráfica 10. Lealtad de los clientes con la práctica de la resp. social empresarial	15
Gráfica 11. Imagen positiva es un objetivo de la responsabilidad social empresarial	16
Gráfica 12. Contribución del posicionamiento de la financiera por la resp. social empresarial	17
Gráfica 13. Crecimiento de las ventas y servicios con la práctica de la resp. social empresarial	18
Gráfica 14. Plan de capacitaciones sobre las áreas de la res. Social empresarial	19
Gráfica 15. Porcentajes sobre crecimiento de la organización por la resp. social empresarial	20

Abstract

La importancia del estudio realizado a empresas financieras del departamento de El Progreso radicó en determinar si éstas manejaban un Plan de Responsabilidad Social Empresarial como estrategia para el logro de sus objetivos administrativos.

Se procedió a realizar una investigación de tipo descriptivo, se plantearon objetivos, el alcance de la investigación y la población. Los sujetos de investigación fueron la totalidad de las entidades financieras existentes en el departamento de El Progreso (14).

Los resultados obtenidos indicaron que doce de las empresas financieras manejan un Plan de Responsabilidad Social Empresarial y con él han logrado sus objetivos administrativos y una importante presencia en sus comunidades; y dos de ellas desconocen el término de responsabilidad social.

Es de resaltar que la mayor parte de ellas se enfocan en aspectos culturales, sociales y deportivos y existe poca influencia en apoyo a aspectos ambientales, específicamente en el área de la reforestación.

Introducción

La Responsabilidad Social Empresarial es un tema que está cobrando auge en la actualidad, debido a que ofrece ventajas y beneficios a las empresas que la ponen en práctica, es una forma de ejecutar los negocios y al mismo tiempo contribuir a mejorar las condiciones de vida de una comunidad.

En busca de encontrar respuestas al objetivo general de esta investigación, se realiza un estudio científico dirigido específicamente a las empresas financieras que se encuentran prestando sus servicios en el departamento de El Progreso para determinar si manejan un Plan de Responsabilidad Social Empresarial para el logro de sus objetivos administrativos; dicha investigación se compone de una serie de capítulos los cuales se describen a continuación:

En el capítulo 1 se describe la metodología de la investigación, compuesta por el planteamiento del problema; el cual finaliza con la pregunta de investigación, los objetivos a alcanzar, el tipo de investigación, los sujetos y los alcances de la misma, entre otros elementos importantes contenidos en el estudio. Seguidamente se presenta el capítulo 2, en el que se aborda la presentación de los resultados obtenidos en la investigación.

Por último, se desarrolla el capítulo 3, en el que se expone la discusión y conclusiones del estudio, así como la extrapolación de los datos, que consiste en comparar lo expuesto por diversos autores sobre el tema con los resultados obtenidos; además se presentan los hallazgos generales de estudio y el análisis de los datos obtenidos.

La investigación determina que doce organizaciones financieras estudiadas comprenden que la gestión empresarial no sólo se basa en ventas, excedentes, servicio, crecimiento; sino que además propician la Responsabilidad Social Empresarial como un eje transversal para la mejora en la sociedad y al mismo tiempo le agrega valor a los servicios prestados y las hace diferentes a la competencia; caso contrario de dos instituciones que desconocen o no aplican Planes de Responsabilidad Social.

Capítulo 1

Metodología

1.1 Planteamiento del problema

"La responsabilidad social empresarial es el compromiso continuo de contribuir al desarrollo económico sostenible, mejorando la calidad de vida de los empleados y sus familias, así como la de la comunidad local y de la sociedad en general" (Antelo & Robaina, 2015, p.59). Además Henríquez & Orestes (2015), agregan que "la RSE no pretende que los integrantes de una organización actúen éticamente, sino que la compañía promueva este valor y lo haga propio de su cultura organizacional". (p.18).

El departamento de El Progreso, situado en el nororiente de Guatemala, está formado por 8 municipios y según el Instituto Nacional de Estadística –INE–, para el año 2013 la población del departamento de El Progreso era de 163 537 habitantes. (Instituto Nacional de Estadística, 2014). (<https://aprende.guatemala.com/historia/geografia/departamento-de-el-progreso-guatemala/>. Recuperado: 30.08.2019)

Dentro de las actividades productivas que predominan en El Progreso son los comercios, organizaciones estatales y privadas con diferentes servicios y actividades agrícolas; de igual manera con el paso de los años se han constituido instituciones financieras dentro del departamento que brindan servicios de ahorros, préstamos, seguros, tarjetas de crédito, débito, remesas, entre otros; contribuyendo al desarrollo económico y al progreso de la población.

Considerando que la responsabilidad social la realizan las empresas en forma voluntaria para colaborar con el desarrollo positivo de las comunidades en temas sociales, económicos y ambientales, se estima importante investigar cómo las empresas financieras de El Progreso ejecutan esta estrategia y si esto ha contribuido al logro de sus objetivos administrativos.

1.2 Pregunta de investigación

¿Manejan las instituciones financieras un plan de responsabilidad social empresarial como estrategia para alcanzar sus objetivos administrativos?

1.3 Objetivos de investigación

1.31. Objetivo general

Determinar si las instituciones financieras del Departamento de El Progreso manejan un Plan de Responsabilidad Social Empresarial, como estrategia para el logro de sus objetivos administrativos.

1.3.1 Objetivos específicos

- Determinar los factores que motivan y justifican la incorporación de prácticas de responsabilidad social en las instituciones financieras del departamento.
- Comprobar si el plan de responsabilidad social empresarial ha contribuido a ganar prestigio frente a la competencia de las instituciones financieras del departamento.
- Identificar bajo qué enfoque está establecido el plan de responsabilidad social empresarial.

1.4. Definición del tipo de investigación

1.4.1 Investigación descriptiva

La investigación que se realizó es de tipo descriptiva, Hernández Sampieri, Fernández Collado, & Baptista Lucio, (2014) afirman que “Con los estudios descriptivos se busca especificar las propiedades, las características y los perfiles de personas, grupos, comunidades, procesos, objetos o cualquier otro fenómeno que se someta a un análisis. Es decir, únicamente pretenden medir o recoger información de manera independiente o conjunta sobre los conceptos o las variables a las que se refieren, esto es, su objetivo no es indicar cómo se relacionan éstas” (p.92).

Se utilizó la investigación descriptiva porque por medio de ella la tendencias de los datos pueden medirse a lo largo del tiempo gracias a la capacidad estadística que posee. Se procedió a medir el impacto social que las empresas financieras del departamento de El Progreso desarrollan en la comunidad a través de la RSE, el diseño fue cuantitativo y transversal simple, la información se obtuvo en un período de tiempo de cinco semanas de trabajo realizado de forma personal en cada empresa. El método consideró un estudio de campo y la técnica utilizada fue la encuesta, la cual se

aplicó a gerentes o asistentes de gerencia de cada financiera y se pudo comparar la manera y el enfoque que cada una de ellas le da a la responsabilidad social empresarial y así realizar un análisis a profundidad respecto al tema en cuestión.

1.5 Sujeto de investigación

Los sujetos de investigación para este proyecto son instituciones financieras del departamento de El Progreso, actualmente son 14 empresas financieras constituidas que son las siguientes:

1. Banco de Desarrollo Urbano y Rural S.A. (Banrural)
2. Banco G&T Continental
3. Banco de los Trabajadores
4. Banco Agrícola Mercantil
5. Banco Industrial
6. Banco Crédito Hipotecario Nacional
7. Cooperativa Guayacán R.L.
8. Banco Azteca
9. Credi Chapin
10. Génesis Empresarial
11. Guate Prenda
12. Compartamos
13. Banco La Antigua
14. Awakening

1.6 Alcance de la investigación

1.6.1 Temporal

La investigación se realizó de enero a septiembre del año 2019 como parte del sistema de egreso del Programa de Equivalencias Integrales (PEI) para optar al título de Licenciatura en Administración de Empresas.

1.6.2 Geográfico

La investigación se llevó a cabo en el departamento de El Progreso, situado en el nororiente de la república de Guatemala y conformado por 8 municipios: Guastatoya, Morazán, San Agustín Acasaguastlán, San Cristóbal Acasaguastlán, El Júcaro, Sanarate, Sansare y San Antonio La Paz, en los cuales existen presencia de instituciones de intermediación financiera.

1.7 Definición de la población

Sampieri, Fernández Collado, & Baptista Lucio (2014) se refiere a la población o universo como un: “Conjunto de todos los casos que concuerdan con determinadas especificaciones” (p. 174)

En este caso el departamento de El Progreso cuenta con 14 empresas financieras en la actualidad, por lo que se llevó a cabo un censo ya que se tomó a todas las empresas en el proceso de investigación.

1.8 Definición de los instrumentos de investigación

Se elaboró un cuestionario como instrumento de investigación. Bernal (2010) define que un cuestionario:

Es un conjunto de preguntas diseñadas para generar los datos necesarios, con el propósito de alcanzar los objetivos del proyecto de investigación. Se trata de un plan formal para recabar información de la unidad de análisis objeto de estudio y centro del problema de investigación. En general, un cuestionario consiste en un conjunto de preguntas respecto a una o más variables que van a medirse. El cuestionario permite estandarizar y uniformar el proceso de recopilación de datos. Un diseño inadecuado recoge información incompleta, datos imprecisos y, por supuesto, genera información poco confiable. (p. 250)

Este instrumento estuvo conformado con 15 preguntas de tipo cerrado para obtener respuestas breves, específicas y delimitadas, también se incluyó preguntas abiertas para proporcionar respuestas con mayor profundidad y de selección múltiple. (Ver anexo No. 1).

El cuestionario se elaboró tomando en cuenta una serie de variables que se consideraron importantes incluir, con preguntas objetivas e instrucciones claras y precisas, a través de este

instrumento se recolectaron los datos de forma cuantitativa, válida y fiable y de esta forma responder a los objetivos planteados en la investigación.

1.9 Recolección de datos

Identificados y contactados los sujetos de la investigación se procedió a la recolección de datos por medio de un cuestionario, se trabajó de acuerdo a la disponibilidad de tiempo de cada uno de los encargados de jefatura o asistentes de las empresas financieras, la aplicación del instrumento tuvo una duración de 15 a 30 minutos aproximadamente.

1.10 Procesamiento y análisis de datos

Finalizada la recolección de datos con el instrumento de investigación, se procedió a agrupar, ordenar y clasificar los datos y realizar el vaciado por medio de la tabulación electrónica, luego se hizo un análisis de cada una de las preguntas a través de la técnica visualización de datos por medio de la gráfica de pastel. Este análisis permitió obtener resultados relevantes de cada uno de los sujetos de estudio, también fueron apoyo para determinar el logro de los objetivos planteados y permitió establecer la importancia que las empresas financieras le dan a la responsabilidad social empresarial; de igual manera se utilizó la información en la redacción del apartado de discusión y conclusiones.

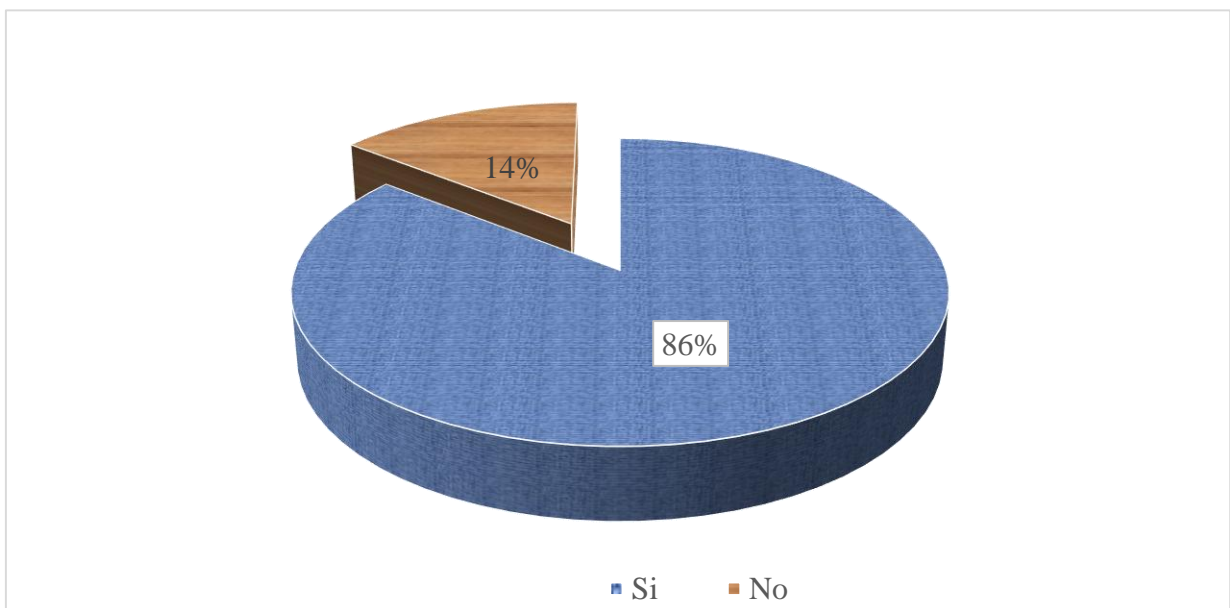
Capítulo 2

Resultados

2.1 Presentación de resultados

Gráfica no. 1

¿Cuenta la institución con un plan de responsabilidad social empresarial como estrategia para lograr los objetivos administrativos?

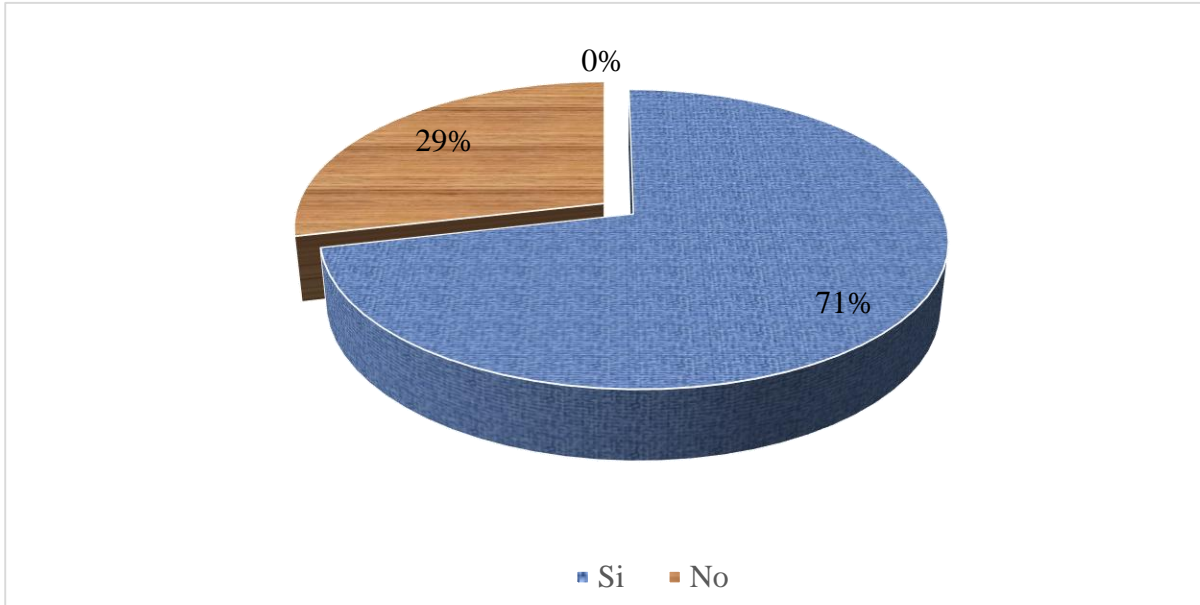


Fuente: elaboración propia

De acuerdo al cuestionario realizado se encontró que de las 14 instituciones financieras que hay en el departamento un 86% manejan un plan de responsabilidad social empresarial como estrategia para los objetivos administrativos y un 14% de ellas no lo manejan.

Gráfica no. 2

¿Se relaciona la misión, visión y objetivos institucionales con el sentido de responsabilidad social?

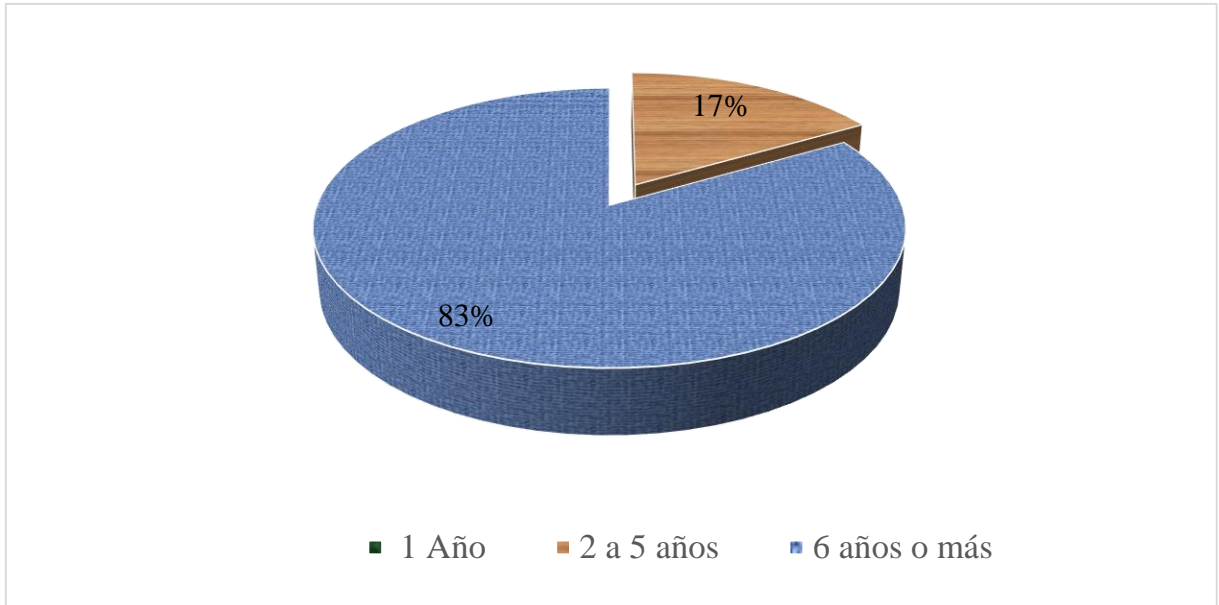


Fuente: elaboración propia

Según el cuestionario aplicado el 71% relacionan la misión y visión con la responsabilidad social, para colaborar en la medida de lo posible a un mejor desarrollo de la comunidad y el 29% no relacionan su misión y visión con la responsabilidad social empresarial.

Gráfica no. 3

¿Cuánto tiempo hace que la organización ha implementado la política de responsabilidad social?

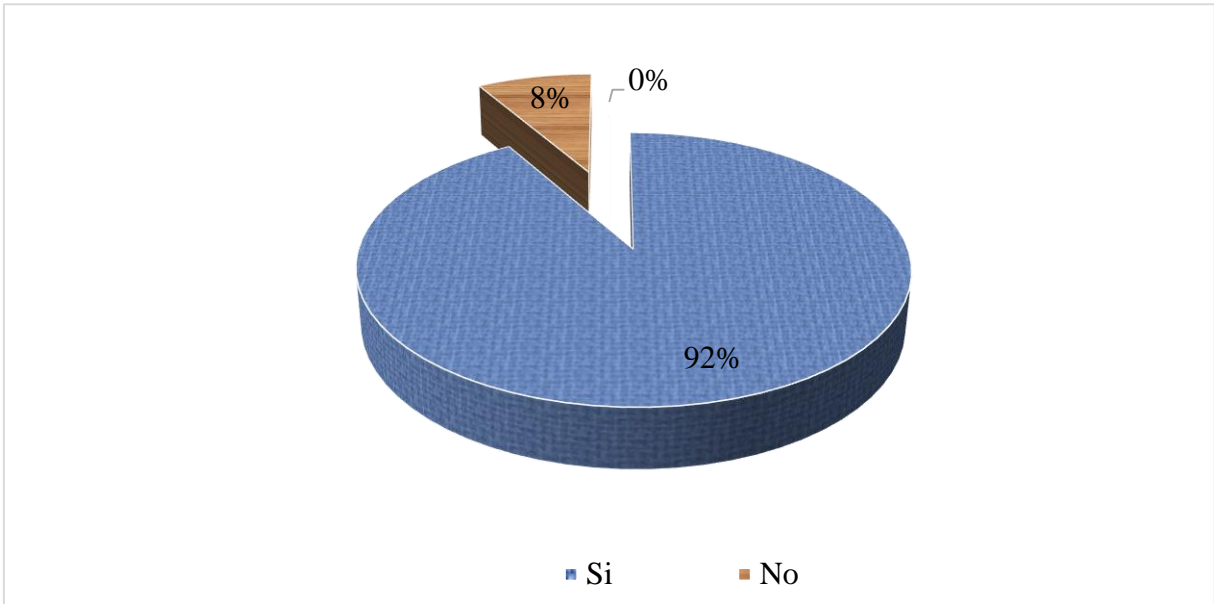


Fuente: Elaboración propia

En relación a los resultados de la encuesta al tiempo (en años) que la empresas financieras han implementado la política de RSE se obtuvo los siguientes resultados: el 83% tienen esta política desde hace 6 o más años y el 17% la practican desde 2 a 5 años de acuerdo a los rangos establecidos en el instrumento del cuestionario. Esto indica que la RSE no es algo nuevo y que muchas empresas la han adoptado para contribuir a resolver problemas sociales y del medio ambiente en la comunidad.

Gráfica no. 4

¿Existe un encargado de evaluar constantemente la aplicación del plan de responsabilidad social dentro de la organización?

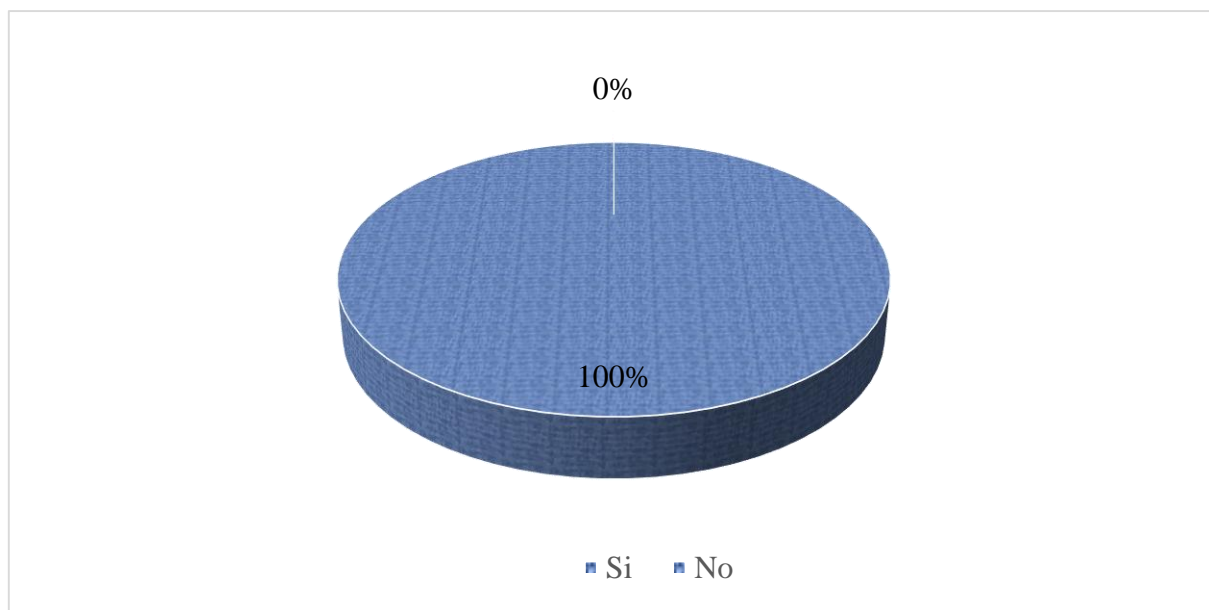


Fuente: elaboración propia

Los resultados a esta pregunta indican que 92% de las empresas financieras cuentan con un encargado de evaluar la práctica de la RSE dentro de la institución, y un 8% de las empresas financieras no cuentan con una persona encargada de evaluación, lo cual no es muy relevante pues manejan un solo programa de RSE.

Gráfica no. 5

¿La aplicación del plan de responsabilidad social ha mejorado la calidad de vida de la población en la que presta sus servicios?

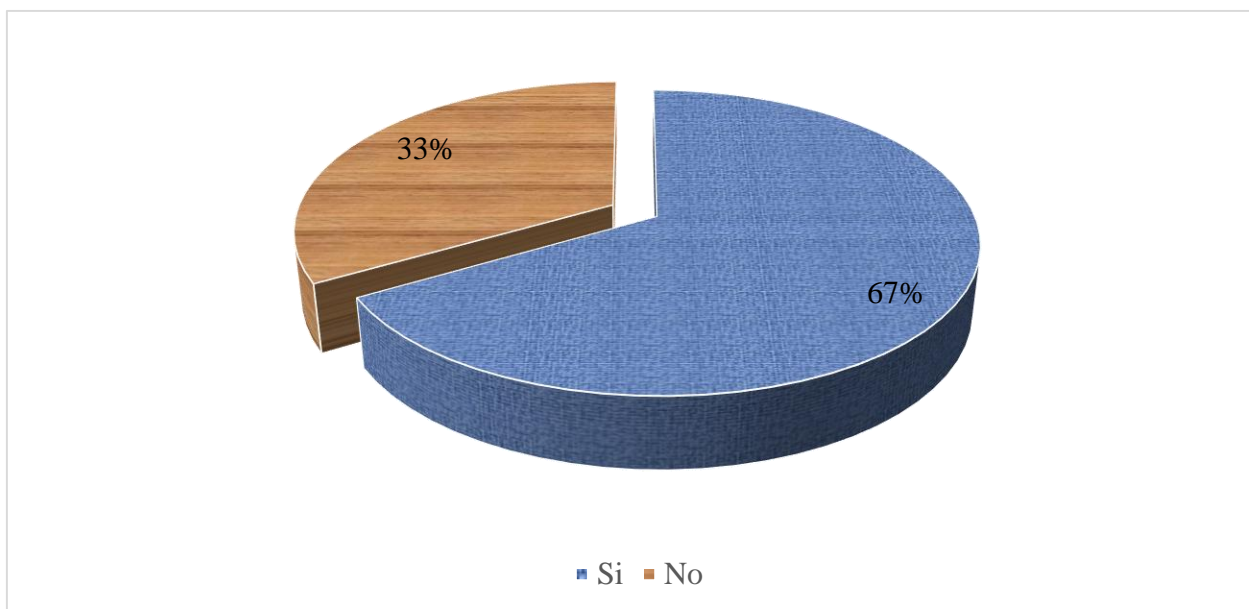


Fuente: elaboración propia

Según los resultados obtenidos el 100% coincide que los programas de RSE han mejorado la calidad de vida de la población en la que prestan su servicio. Con ello se comprueba uno de los objetivos de la RSE que es el mejoramiento social, económico y ambiental hacia la comunidad.

Gráfica no. 6

¿Las prácticas de responsabilidad social empresarial han contribuido el mejoramiento del medio ambiente?

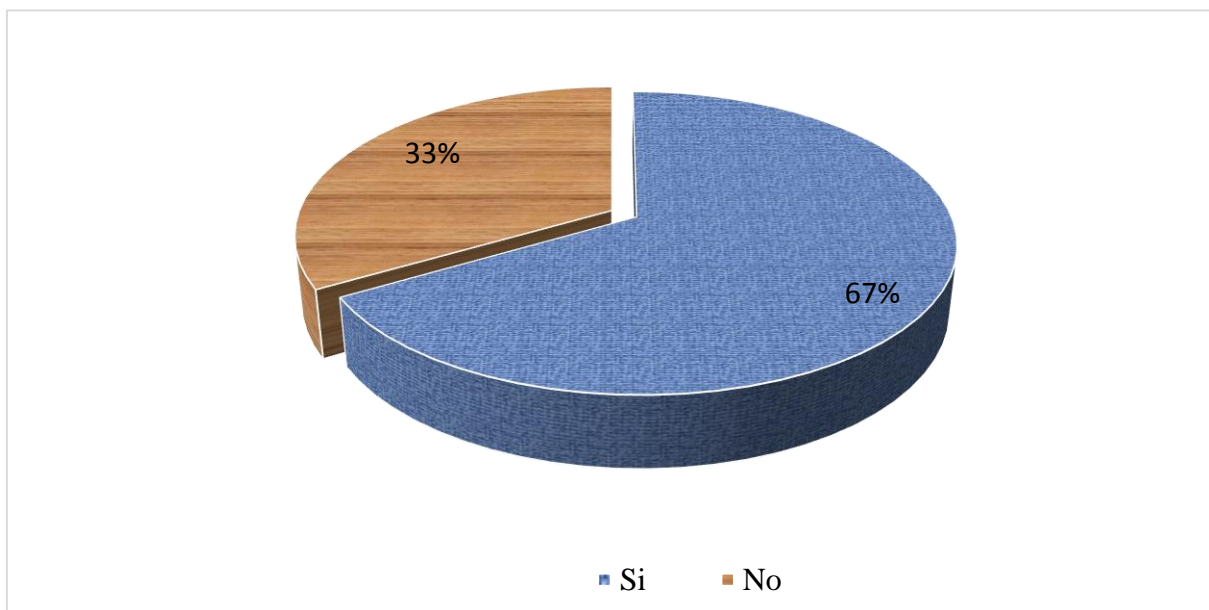


Fuente: elaboración propia

Mediante los datos obtenidos se estableció que el 67% de las empresas financieras respondieron que las prácticas de responsabilidad social han contribuido para el mejoramiento del medio ambiente ya que dentro de sus programas incluyen actividades ambientalistas con el propósito de sumarse al sostenimiento del mismo; mientras que el 33% restante indicaron que no contribuían su plan de RSE al mejoramiento del medio ambiente.

Gráfica no. 7

¿Su plan de responsabilidad social ha mejorado su prestigio y competitividad en el sector empresarial en el que presta sus servicios?

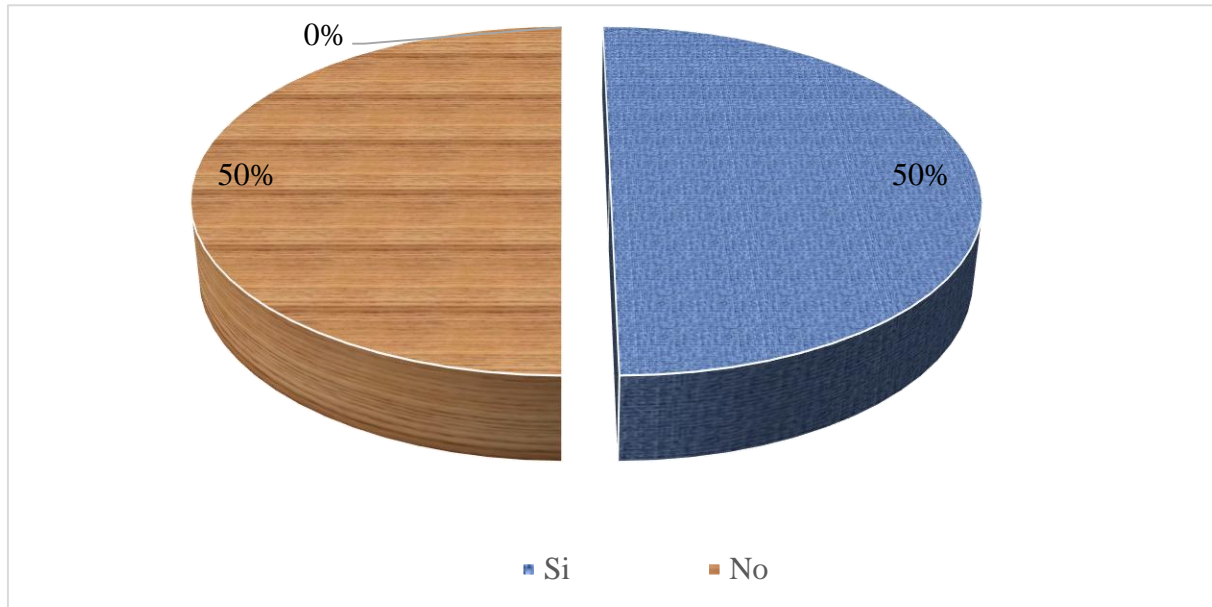


Fuente: elaboración propia

Los resultados obtenidos muestran que al 67% de las empresas financieras les ha servido implementar el Plan de RSE para mejorar su prestigio y competitividad en el sector empresarial en el que presta sus servicios considerado como un recurso que crea una ventaja competitiva sostenible, mientras un 33% de financieras han respondido que no les ha servido dicho plan para mejorar su prestigio y competitividad.

Gráfica no. 8

¿El contar con un plan de responsabilidad social ha mejorado el clima organizacional en su área de trabajo?

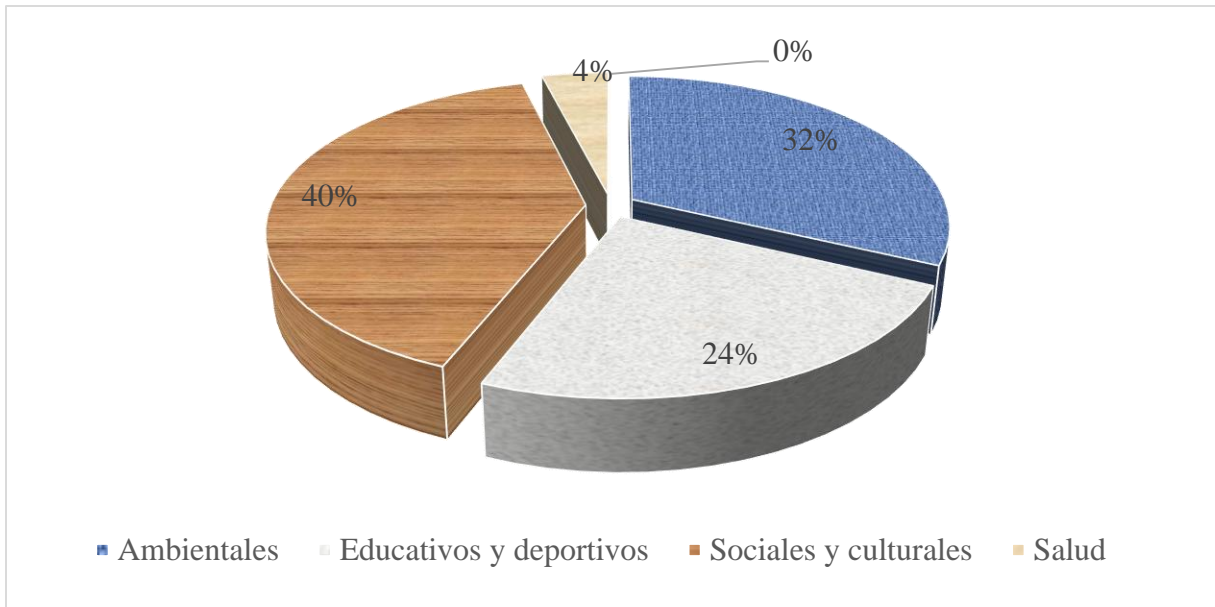


Fuente: Elaboración propia

En base a los resultados obtenidos se logró determinar que a 50% de las empresas el Plan de RSE les ha sido de beneficio para mejorar el clima organizacional, lo cual demuestra que dicha práctica posibilita la capacidad de armonizar sus intereses con el de todas las personas y entidades con las que se relacionan creando una cultura de amabilidad, desarrollo, confort y satisfacción en el área laboral, contrario a un 50% en las cuales no sucede lo mismo, pues no les ha sido de beneficio la práctica de RSE para mejorar el clima organizacional.

Gráfica no. 9

¿Qué programas y actividades lleva a cabo la institución?

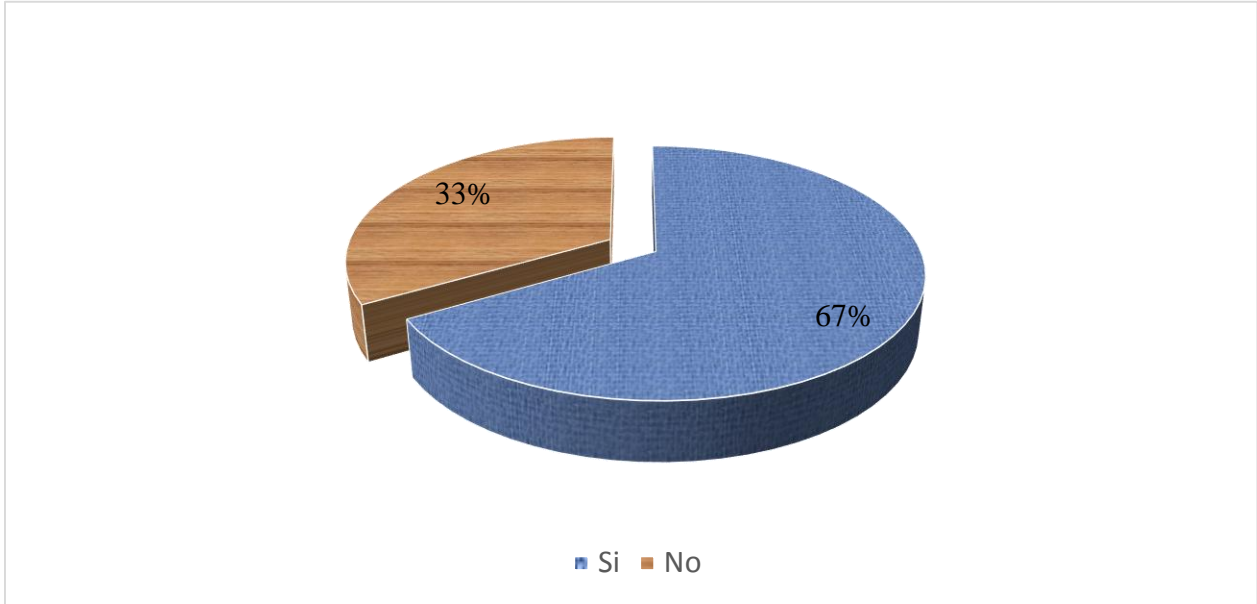


Fuente: elaboración propia

Las actividades o programas que las empresas financieras ejecutan dentro del Plan de RSE, éstas se enmarcan en 4 programa; ambientales que lo practican un 32% de las empresas, educativos y deportivos un 24%, sociales y culturales 40% y 4% de las financieras tiene el programa de salud. Se puede notar que en su mayoría sobresale el tema social, cultural y ambiental, seguido por el aspecto educativo - deportivo y salud.

Gráfica no. 10

¿Ha mejorado la lealtad de los clientes con la aplicación del plan de responsabilidad social?

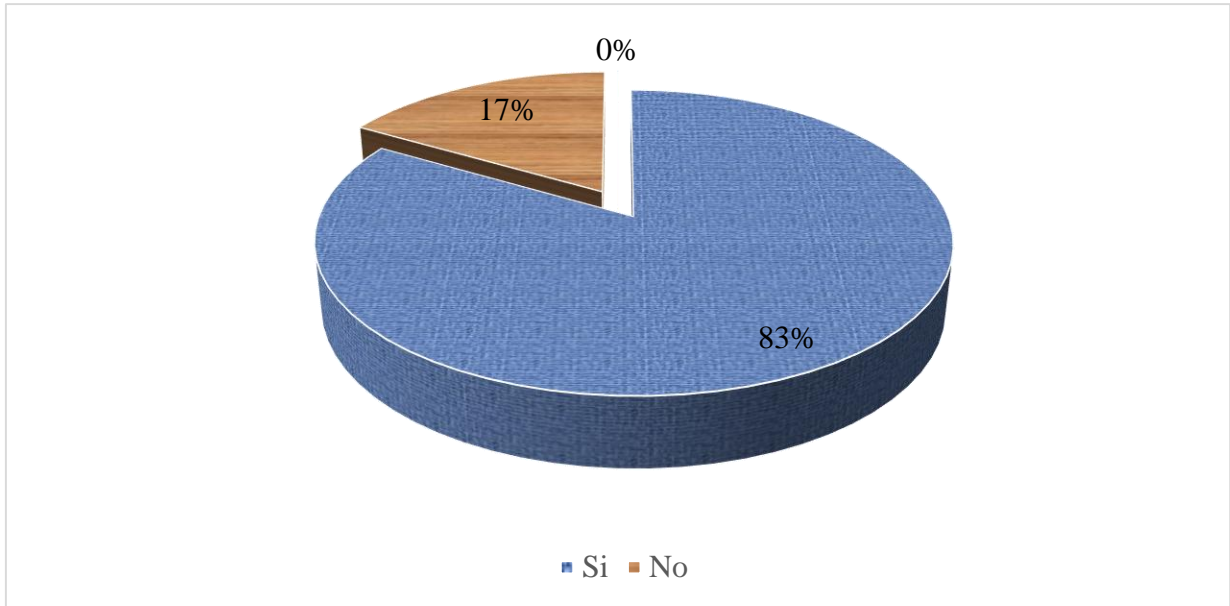


Fuente: elaboración propia

Los resultados del cuestionario demuestran que un 67% de las financieras coinciden que la aplicación de la RSE ha contribuido para mejorar la lealtad a los clientes; lo que les ha servido para crear un vínculo de fidelidad con sus consumidores convirtiéndolos en clientes frecuentes, mientras que a 33% de las financieras no les ha ayudado a mantener la lealtad de sus clientes.

Gráfica no. 11

¿Obtener una imagen positiva es uno de los objetivos principales de un plan de responsabilidad social?

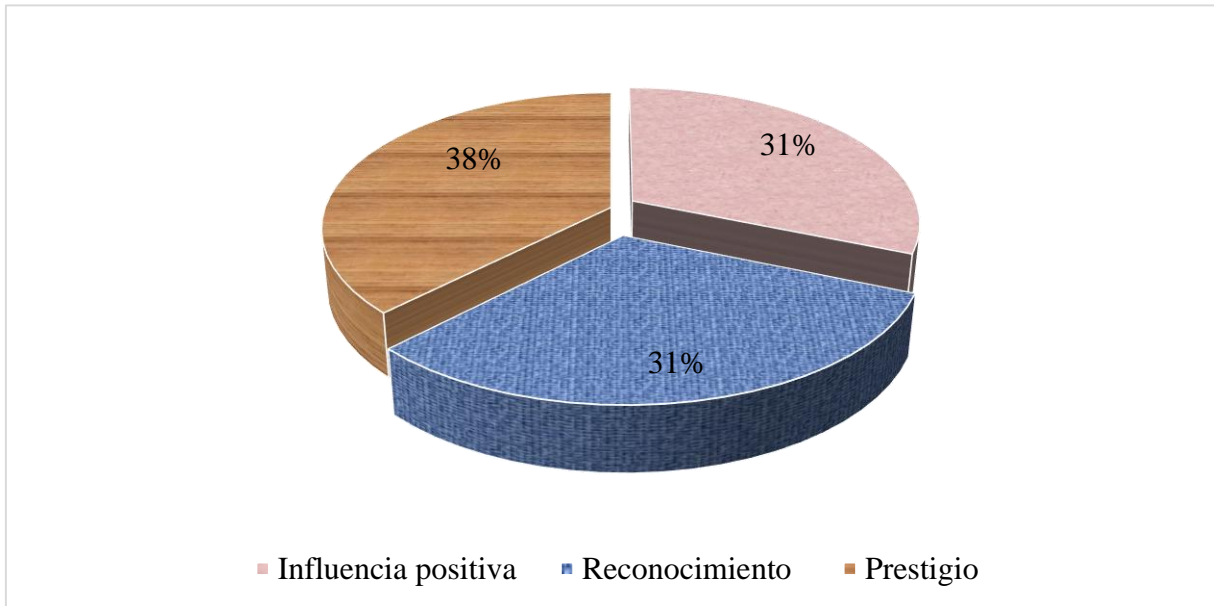


Fuente: Elaboración propia

De acuerdo a los resultados obtenidos se determinó que un 83% de las empresas financieras respondieron positivamente que uno de los objetivos de la RSE es obtener una imagen positiva de la empresa; mientras que un 17% de las empresas respondieron negativamente.

Gráfica no. 12

¿Cómo ha ayudado la responsabilidad social empresarial al posicionamiento de la institución en el mercado financiero?

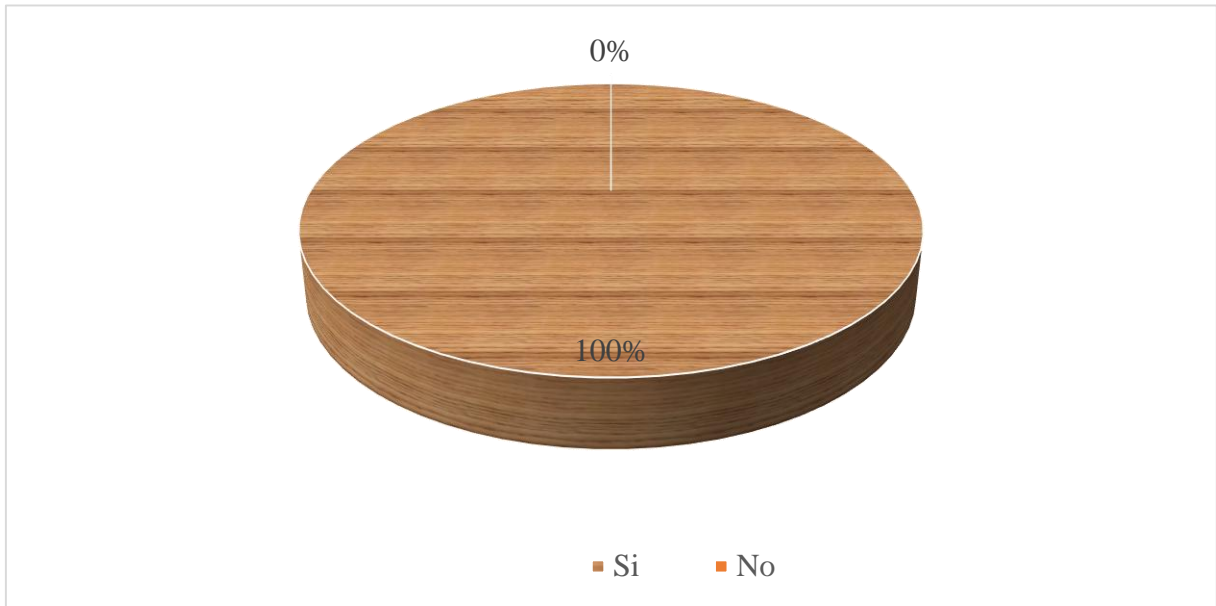


Fuente: Elaboración propia

Un 38% indicó que la RSE ha contribuido notablemente a las empresas a posicionarse dentro del mercado financiero en cuanto al prestigio, un 31% respondieron que les ha ayudado a obtener reconocimiento y otro 31% respondieron que les ha contribuido a tener influencia positiva dentro del mercado financiero.

Gráfica no. 13

¿Contribuye la aplicación de un plan de responsabilidad social al crecimiento de las ventas y servicios?

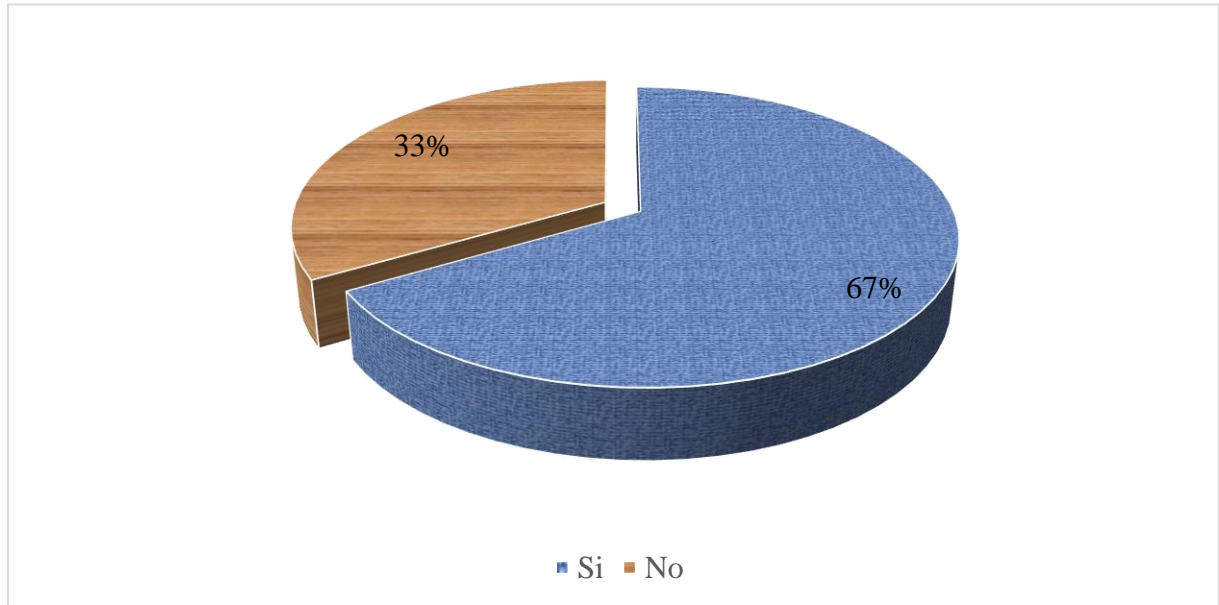


Fuente: elaboración propia

El cuestionario determinó que el 100% de las empresas encuestadas coinciden que la aplicación del plan de RSE ha contribuido al crecimiento de las ventas y servicios debido a que los clientes prefieren invertir en sus empresas porque además contribuyen con la comunidad.

Gráfica no. 14

¿Cuenta con un plan de capacitaciones constantes sobre las áreas de responsabilidad social empresarial para los empleados?

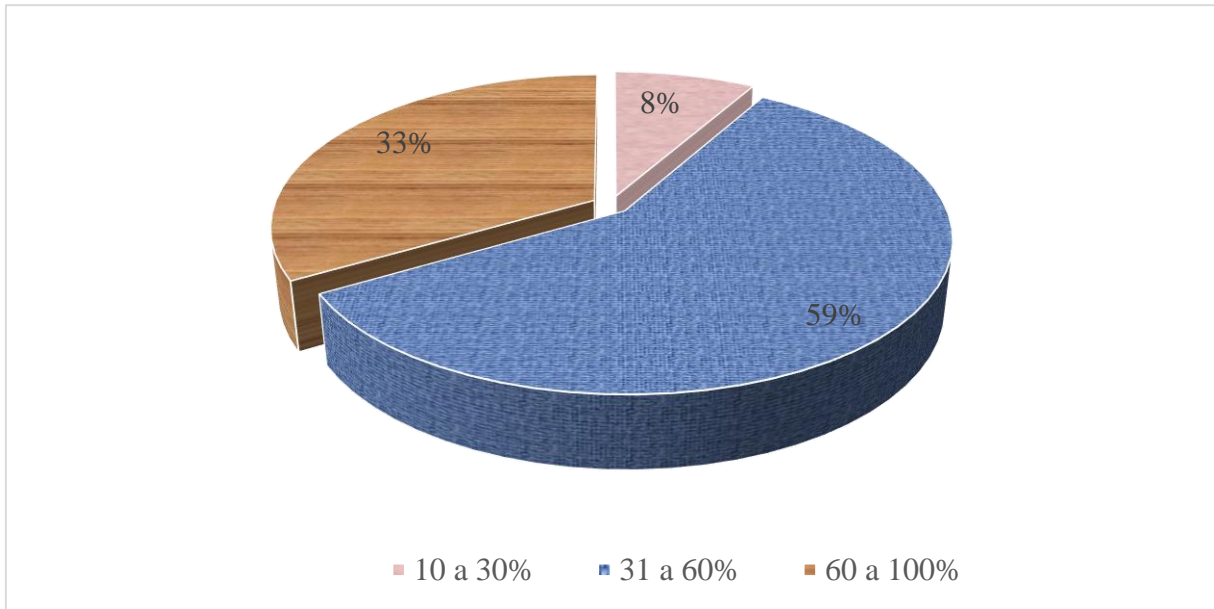


Fuente: elaboración propia.

En esta pregunta se puede determinar que el 67% de las empresas cuentan con un plan de capacitaciones sobre las áreas de RSE para los empleados, lo cual se considera importante debido a que los empleados son a los primeros que se debe sensibilizar sobre los beneficios de adoptar un estilo de vida de desarrollo dentro y fuera de su entorno. Un 33% de las empresas no le han dado la importancia de capacitar a sus colaboradores en este tema.

Gráfica no. 15

¿En qué porcentaje ha ayudado al crecimiento de la organización la implementación del plan de responsabilidad social?



Fuente: elaboración propia

Los datos obtenidos en el cuestionario, en lo que respecta al crecimiento de la organización mediante la práctica de RSE, se muestra que a un 59% de las empresas les ha contribuido en un rango de 31 a 60%, a un 33% en un rango de 60 a 100%; mientras que a un 8%, en un rango de 10 al 30%, siendo mayoría del 31 a 60%.

Capítulo 3

Discusión y conclusiones

3.1 Extrapolación

En la actualidad, la responsabilidad social empresarial se ha convertido en una nueva forma de gestión administrativa para las organizaciones, tanto externa como internamente, esto con el fin de desarrollar actividades responsables frente a la sociedad donde se encuentran. Esta es realizada de forma voluntaria con una visión de negocios enfocada en el respeto a las personas, valores éticos, la comunidad y el medio ambiente, bajo normas legales y de una forma independiente de los productos o servicios que se ofrezcan.

Hartman, Desjardins & Espinoza (2013) indica:

La mayoría de quienes están involucrados en los negocios aceptarían la definición de responsabilidad social corporativa (RSC) como la responsabilidad que una compañía tiene para con la sociedad en la que opera. Desde una perspectiva económica, una compañía es una institución que existe para producir bienes y servicios demandados por la sociedad y, al realizar dicha actividad, la compañía crea empleos y riqueza que beneficia aún más a esa sociedad. (p. 102)

De acuerdo a la investigación realizada el 80% de las empresas financieras que fueron caso de estudio consideran la responsabilidad social importante para beneficio de la sociedad y dentro de su planeación estratégica incluyen un plan de responsabilidad social empresarial sostenible, 10 de ellas lo ejecutan desde hace más 10 años para colaborar en el desarrollo de la comunidad en la que brindan sus operaciones.

En relación a lo que indica Kliksberg (2013):

¿Sabe ya la sociedad qué es la RSC? La responsabilidad social de la empresa es cinco cosas muy concretas, que si no se dan no hay RSC; puede haber filantropía o mera propaganda. Primero de todo, una empresa responsable trata muy bien a su personal, con buena remuneración, protección del empleo, posibilidad de desarrollo, equilibrio familia-empresa y erradicación de la discriminación de género. En segundo lugar, hace juego limpio con los consumidores: productos de buena calidad, precios razonables... Tercero, es activa medioambientalmente; no deja huella ecológica. Cuarto, ser RSC significa ser una empresa, transparente, sin corrupción. Y finalmente, está comprometida con la comunidad y participa activamente de las grandes causas de interés público. (p. 247).

Dentro de los programas o actividades del plan de responsabilidad social empresarial de las financieras investigadas se resalta que un 67% ha contribuido para el cuidado y protección del medio ambiente considerado urgente por el deterioro del planeta. Así también, el 50% de estas financieras, les ha servido para mejorar el clima organizacional propiciando una cultura de armonía y compañerismo entre sus colaboradores, esto les ha permitido trabajar con mayor rendimiento y en un ambiente agradable, lo que contribuye al buen servicio al cliente.

El 100% coinciden que la puesta en práctica del plan de responsabilidad social ha servido para mejorar la calidad de vida de los habitantes de la comunidad, por los diferentes programas de salud, ambientales, sociales, deportivos y de educación que ejecutan, lo que conlleva en un 83% a obtener una imagen positiva ante la comunidad ya que si una empresa aporta al desarrollo comunitario se le ve con mayor transparencia.

Kliksberg (2013) comenta que: “No hay casos relevantes de empresas donde la práctica sistemática de la RSE haya sido un factor en su fracaso. Si los hay en sentido contrario. Empresas cuyo éxito está asociado con su alto grado de RSE, o su crecimiento ha tenido en la RSE uno de sus factores impulsores mayores” (p. 125).

Este concepto se encuentra relacionado con el 100% de las empresas financieras estudiadas, las que coinciden que la puesta en práctica del plan les ha ayudado al crecimiento en sus ventas y un 59% les ha servido para crecer organizacionalmente en una escala de 60 al 100% esto comprueba lo descrito por Kliksberg que no hay casos relevantes donde esta práctica haya sido factor de fracaso.

Un 67% de las empresas financieras del departamento de El Progreso se consideran más competitivas y han ganado buena imagen y prestigio ante los clientes y la comunidad, por la puesta en práctica de los principios responsables y se han posicionado dentro del mercado financiero por lo que invertir en estos programas les ha generado aspectos positivos como buena reputación, imagen y atracción de clientes, ya lo dice Kliksberg (2013):

“Reputación. Una de las mejores inversiones es en RSC” Bernardo Kliksberg no lo duda. La RSC es una inversión y no un gasto. Una empresa responsable es mucho más competitiva y la buena reputación obtenida a través de la aplicación de principios responsables se extiende a todos los mercados en un mundo globalizado. (p. 233).

Es muy importante resaltar como a las empresas financieras investigadas la RSE les ha servido para posicionarse muy bien en el mercado, atrayendo más clientes con sentido de lealtad. De acuerdo a los datos, el 31% ha ganado reconocimiento e influencia positiva, mientras que a un 38% les ha servido para obtener prestigio ante sus consumidores, por lo que se hace relevante que es una estrategia que genera mayor productividad y credibilidad, con mejor oportunidad de acceso a mercados, lo que les permite tomar una postura activa y responsable.

Vives & Peinado (2011) comentan: “Las empresas que incorporan la responsabilidad social en las relaciones con sus consumidores ganan en competitividad, en sostenibilidad, en productividad y en una mejor imagen y posicionamiento” (p. 108).

En relación a los programas y actividades que las empresas financieras realizan en cuanto al tema de responsabilidad social empresarial, se enmarcan 4 que sobresalen en diferentes porcentajes; sociales y culturales en un 40%, ambientales 32%, educativos y deportivos un 24% y un 4% desarrollan el tema de salud. Todo esto como compromiso con la población para brindarles una mejor calidad de vida en el tema social, ambiental y de salud.

Montoya Arévalo & Martínez Ramos. (2012) indican: “La Responsabilidad Social Empresarial en suma es la aceptación de la necesidad de un enfoque más responsable de la gestión, firmemente comprometido con el cuidado del impacto económico, social y ambiental de las decisiones y actividades empresariales” (p. 33).

Es importante mencionar que el 92% de las financieras encuestadas tienen un encargado que evalúa constantemente el plan de responsabilidad social que ejecutan para medir los avances y el impacto que tiene en la población. La medición es una tarea fundamental para conocer el grado de cumplimiento de los objetivos empresariales, porque si no se mide no se conoce. Gestionar sin medir supone hacerlo sin ningún tipo de criterio para determinar si se están alcanzando o no los objetivos y sin saber qué se necesita cambiar o mejorar. El hecho de medir, guía y asegura que la mejora vaya hacia un objetivo determinado, lo que implica definir y concretar los objetivos de la empresa mediante valores ponderables, es decir, mediante indicadores relacionados con la responsabilidad social empresarial.

Es importante que las empresas financieras ejecuten programas que propicien el desarrollo de las comunidades del departamento de El Progreso, mediante acciones que involucren la colaboración en causas sociales y de bienestar público, aunque no esté contenida en su misión y visión; promoviendo una participación activa y voluntaria con la población, mediante la asistencia en programas de apoyo, como la donación de recursos a las diferentes organizaciones de ayuda humanitaria que hay establecidas en el departamentos, planes de becas para niños y jóvenes, así como asistencia técnica para obras de beneficencia promovidas por instituciones que están constituidas sin fines de lucro; pues de acuerdo a los datos obtenidos en la investigación estos

programas no están contemplados dentro de los planes de responsabilidad social que actualmente ejecutan las empresas financieras.

No significa solo dar sino también participar activamente y hacer más de lo que una comunidad espera, bien lo dice Koontz, Weihrich & Cannice Mark. (2012) “La sociedad, consciente y crítica respecto de la urgencia de sus problemas, cuestiona a los gerentes, en especial a los que están en la cima, ¿qué hacen para solventar sus responsabilidades sociales y por qué no hacen más?” (p. 45).

Fueron 14 las financieras investigadas en el departamento pero 2 de ellas se limitaron a no contestar la encuesta porque dentro de sus programas no cuentan con un plan de responsabilidad social por una u otra razón. Cabe mencionar que una de ellas no sabía la razón por la cual no lo hacían, por lo que se considera vital que estas financieras busquen estrategias para tomar conciencia de las necesidades actuales, y puedan asumir un nivel de compromiso en la gestión responsable.

Realizando una comprensión a fondo de los principios, los factores fundamentales y los beneficios que les brinda el implementar la responsabilidad social empresarial y la influencia positiva en la integración de la organización y su entorno con la sociedad; se puede deducir que las 12 empresas financieras que si están implementado la responsabilidad social en el departamento han podido ver las cosas de una manera diferente a como lo ven las otras 2 empresas que no la practican.

Esto las hace diferentes porque voluntariamente van más allá de lo que están obligadas a hacer, muestran una preocupación por las necesidades de la comunidad, buscando el mejoramiento de vida de los habitantes y sus acciones como organización no se centra únicamente en beneficiarse económicamente, sino que enfocan sus acciones y operaciones para generar un profundo impacto en la comunidad que les rodea.

Están conscientes de que su participación sea vista como una influencia positiva para construir una sociedad mejor y más sostenible y no para perjudicarla, se relaciona esta idea con lo que dice Robbins & Coulter (2010) con respecto a la responsabilidad social:

Una organización socialmente responsable ve las cosas de modo diferente; va más allá de lo que está obligada a hacer o elige hacerlo derivado de ciertas necesidades populares, y hace o que puede para mejorar la sociedad porque es lo correcto. Nosotros definimos responsabilidad social como la intención de un negocio, más allá de sus obligaciones legales y económicas, para hacer las cosas correctas y actuar de modo que beneficie a la sociedad. Nuestra definición asume que un negocio respeta la ley y cuida de sus accionistas, y añade un imperativo ético para hacer aquellas cosas que hacen mejor a una sociedad y no hace aquello que la perjudica. (p. 93)

El papel que juegan las empresas financieras respecto a la responsabilidad social empresarial en el departamento es vital para responder a las necesidades que aquejan a la comunidad, sus operaciones no deben centrarse únicamente a los intereses económicos de la empresa como se puede apreciar en las 2 empresas que no ejecutan un plan de responsabilidad social y muestran una total indiferencia a temas de interés comunitario como lo son de tipo social, ambiental, salud, cultural y educación.

Es importante que pudieran reconsiderar y tener la capacidad de involucrarse para brindar el apoyo y lograr los beneficios en común, Peng (2015) con respecto a la RSC indica que se refiere a “la consideración y capacidad de respuesta a temas que trascienden los reducidos requerimientos económicos, técnicos y legales de la empresa para lograr beneficios sociales, junto con las ganancias económicas tradicionales que pretende lograr” (p. 363).

Se puede decir que las 12 empresas financieras que ponen en práctica la responsabilidad social empresarial han adoptado una estrategia proactiva porque las mantiene competitivas frente a otras, lo que hace mejorar la posición estratégica de negocio en cara a la competencia y anticipan de forma constante la responsabilidad, pues muchos clientes prefieren comprar los productos o servicios de aquellas organizaciones que contribuyen al bienestar o desarrollo social de las comunidades, acción que es bien vista y que ayuda al crecimiento tanto de la empresa como de una población.

La gerencia forma parte vital en la toma de decisiones de los programas a ejecutar en cuanto a responsabilidad social, es importante el respaldo total que le brinden pues a través de ella se autorizan los diferentes programas y políticas de responsabilidad social, además es importante la participación de la misma en las autorizaciones de los diferentes presupuestos para programarlos y ejecutarlos en los tiempos establecidos y de acuerdo a las necesidades de la comunidad.

Peng (2015) afirma: Las mejores empresas adoptan una estrategia proactiva cuando aceptan la RSC y anticipan de forma constante la responsabilidad, y se proponen hacer más de lo que se les exige. La alta gerencia de una empresa proactiva no sólo respalda y defiende las actividades de RSC, también ve a ésta como una fuente de diferenciación que penetra en el DNA corporativo. (p. 376.)

3.2 Hallazgos y análisis general

En el departamento de El Progreso se encuentran establecidas 14 empresas financieras, al momento de realizar la investigación se constató que 2 de ellas no realizan prácticas de responsabilidad social empresarial, argumentando entre otras cosas, que no lo hacen debido a que por ser una estrategia que necesita de recursos económicos para llevarla a la práctica, se puede caer en la malversación de fondos; otro motivo es que desconocen el concepto de lo que es la responsabilidad social empresarial, por lo tanto, no desarrollan actividades a favor de la población y no forma parte de las estrategias implementadas para lograr sus objetivos administrativos, causando indiferencia ante este tema.

Contrario al resto de financieras investigadas que sí cuentan con un plan de responsabilidad social empresarial que ejecutan voluntariamente a favor de la comunidad en donde prestan sus servicios, incluso algunas relacionan su misión y visión con la responsabilidad social empresarial, tratando de integrarla de una manera adecuada dentro de sus estrategias lo que las hace tener grandes posibilidades de conseguir ventajas competitivas que les facilita un mejor posicionamiento dentro del mercado financiero. Además esta práctica es evaluada en su mayoría por el encargado de llevar a cabo el plan de RSE.

Actualmente, preocupa a las empresas financieras el cuidado y conservación del medio ambiente, por lo que el mayor porcentaje de acciones de responsabilidad social encontradas dentro de las 12 financieras se centra en actividades medio ambientales; aunque existe una debilidad en apoyo o implementación de campañas de reforestación.

El tiempo que llevan las financieras de haber implementado la responsabilidad social dentro de sus empresas, sobresale en su mayoría de 6 a 10 años, periodo en que les ha permitido contribuir a mejorar la calidad de vida de los habitantes, logrando de esta forma obtener prestigio y una imagen positiva de parte de la comunidad, propiciando la lealtad de los clientes actuales y la generación de nuevos clientes; así como afianzar el compromiso y confianza de los trabajadores, mejorando de esta forma el clima organizacional y la estabilidad laboral de los mismos.

El estudio refleja que las empresas socialmente responsables son más competitivas y están más relacionadas con el logro de sus objetivos administrativos, permitiendo un crecimiento en el mercado de intermediación financiera que ve reflejado esto en el incremento monetario de sus servicios y productos.

3.3 Conclusiones

- Las empresas financieras que brindan sus servicios o productos dentro del departamento de El Progreso, manejan un plan de responsabilidad social empresarial como estrategia para el logro de sus objetivos administrativos, incluso algunas de ellas enfocan su visión y misión hacia la responsabilidad social empresarial.
- Dentro de los factores que motivan y justifican el haber incorporado las prácticas de responsabilidad social dentro de las empresas financieras en el departamento de El Progreso están: el mejorar el nivel de vida de los habitantes o la comunidad donde prestan sus servicios y contribuir al cuidado y protección del medio ambiente.

- Se comprobó que la puesta en práctica de programas de responsabilidad social les ha servido a las organizaciones a ganar prestigio y competitividad, lo que ha influido positivamente en el crecimiento de sus ventas, en el posicionamiento en el mercado financiero, en el clima organizacional de su empresa y en su crecimiento, considerando que algunas tienen más de 10 años el haber incluido la responsabilidad social empresarial.
- Se determinó que el Plan de Responsabilidad Social está enfocado en 5 actividades o programas que las empresas financieras ejecutan, siendo las siguientes: ambientales, educativos, deportivos, sociales, culturales y de salud. Programas que contribuyen a mejorar la calidad de vida de la comunidad y al cuidado de la casa común o sea el planeta tierra, acciones que son bien vistas por los habitantes y que han servido a ganar transparencia en las operaciones que como financieras realizan.

Referencias

Bernal C. (2010). *Metodología de la investigación*. (3ª. ed.). Colombia: Pearson Educación.

Hartman L. P.; Desjardins, J. & Espinoza, F. A. (2013). *Ética en los negocios. Decisiones éticas para la responsabilidad social e integridad personal*. (2da. ed.). México: McGraw-Hill/Interamericana Editores, S.A. de C.V.

Hernández Sampieri, R., Fernández Collado, C. & Baptista Lucio, M. del P. (2014). *Metodología de la investigación*. (6ª. ed.). México: McGraw-Hill/Interamericana Editores, S.A. de C.V.

Kliksberg, B. (2013). *Ética para empresarios*. (1ª. ed. 1ª. reimp.). Buenos Aires: Ediciones Ética y Economía.

Koontz H., Weihrich H. & Cannice M. (2012). *Administración una perspectiva global y empresarial*. (14. ed.). México: McGraw-Hill/Interamericana Editores, S.A.

Montoya Arévalo, B. E. & Martínez Ramos, P. (2012). *Responsabilidad Social Empresarial: Una respuesta ética ante los desafíos globales*. (1ª. ed.). México: Cátedra de Economía Social de Mercado.

Peng, Mike W. (2015). *Estrategia global*. (3ª. ed.). México: Cengage Learning Editores, S.A. de C.V.

Robbins, S. P. & Coulter, M. (2010). *Administración*. (10ª. ed.). México: Pearson Educación.

Vives, A. & Peinado, E. (2011). *La responsabilidad social de la empresa en América Latina*. New York: Banco Interamericano de Desarrollo.

Fuentes

1. Antelo, Y., y Robaina, D. (2015, 30 de agosto). *Análisis de la Responsabilidad Social Empresarial basado en un modelo de Lógica Difusa Compensatoria*. *Ingeniería Industrial*, 36(1), pp. 58-69. Recuperado de http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1815615000100007&lng=es&tlng=es.
2. Valladares, L. (2016, 30 de agosto). Departamento de El Progreso, Guatemala. Recuperado de <https://aprende.guatemala.com/historia/geografia/departamento-de-el-progreso-guatemala/>

Anexos

Anexo 1



UNIVERSIDAD PANAMERICANA
Facultad de Ciencias Económica
Programa de Equivalencias Integrales PEI
Licenciatura en Administración de Empresas

Cuestionario a instituciones financieras sobre plan de responsabilidad social como estrategia para el logro de sus objetivos administrativos

Objetivo: la presente entrevista tiene como propósito realizar una investigación con fines académicos sobre el plan de responsabilidad social en las instituciones financieras del Departamento de El Progreso, por lo tanto, los resultados servirán única y exclusivamente para el análisis del mismo.

Instrucciones: a continuación se presenta una serie de preguntas, por lo que se solicita marque con una X en la casilla según su criterio, en algunos casos puede marcar más de una.

Cargo o puesto que ocupa dentro de la institución:

1. ¿Cuenta la institución con un plan de responsabilidad social empresarial como estrategia para lograr los objetivos administrativos?

Si No

¿Por qué? _____

2. ¿Se relaciona la misión, visión y objetivos institucionales con el sentido de responsabilidad social?

Si No

Por qué _____

3. ¿Cuánto tiempo hace que la organización ha implementado la política de responsabilidad social?

1 Año 2 a 5 años 6 años o más

4. ¿Existe un encargado de evaluar constantemente la aplicación del plan de responsabilidad social dentro de la organización?

Si No

Por qué _____

5. ¿La aplicación del plan de responsabilidad social ha mejorado la calidad de vida de la población en la que presta sus servicios?

Si No

Por qué _____

6. ¿Las prácticas de responsabilidad social empresarial han contribuido el mejoramiento del medio ambiente?

Si No

Por qué _____

7. ¿Su plan de responsabilidad social ha mejorado su prestigio y competitividad en el sector empresarial en el que presta sus servicios?

Si No

Por qué _____

8. ¿El contar con un plan de responsabilidad social ha mejorado el clima organizacional en su área de trabajo?

Si No

Por qué _____

9. ¿Qué programas y actividades lleva a cabo la institución?

1. Ambientales

2. Educativos y deportivos

3. Sociales y culturales

4. Salud

10. ¿Ha mejorado la lealtad de los clientes con la aplicación del plan de responsabilidad social?

Si No

Por qué _____

11. ¿Obtener una imagen positiva es uno de los objetivos principales de un plan de responsabilidad social?

Si No

Por qué _____

12. ¿Cómo ha ayudado la responsabilidad social empresarial al posicionamiento de la institución en el mercado financiero?

1. Influencia positiva en los medios de comunicación

2. Reconocimiento nacional e internacional

3. Prestigio frente a otras instituciones financieras

13. ¿Contribuye la aplicación de un plan de responsabilidad social al crecimiento de las ventas y servicios?

Si No

Por qué _____

14. ¿Cuenta con un plan de capacitaciones constantes sobre las áreas de responsabilidad social empresarial para los empleados?

Si

No

¿Por qué? _____

15. ¿En qué porcentaje ha ayudado al crecimiento de la organización la implementación del plan de responsabilidad social?

¡Gracias por su colaboración!